



Ministry of Education and Science, Youth and Sport of Ukraine
 National Technical University «Kharkov polytechnical institute»
 Bureau of entrepreneurship development of Economic faculty NTU " KhPI "
 Tavrida National V.Vernadsky University (Simferopol)
 Kharkiv Social - Economic Institute
 Ukrainian Association for Management Development and Business Education (UAMBDE)
 Society of inventors and rationalizes of Ukraine
 Union of Entrepreneurs of Kharkiv region
 Otto-von-Guericke-University Magdeburg (Germany)
 University of Miskolc (Hungary)
 University of Petroshani (Romania)
 University Pierre Mandes France (Grenoble, France)
 Savonia University of Applied Science (Kuopio, Finland)
 St.Petersburg State University of Economics and Finance (Russia)

CONFERENCE PROCEEDINGS

IV - th International scientific - practical conference:
 «STRATEGY OF INNOVATIONAL DEVELOPMENT ECONOMY:
 BUSINESS, SCIENCE, EDUCATION»

11th – 14th April 2012



National Technical University «Kharkiv Polytechnical Institute»

Kharkiv, Ukraine



IV - th International scientific - practical conference: «STRATEGY OF INNOVATIONAL DEVELOPMENT ECONOMY: BUSINESS, SCIENCE, EDUCATION»

11th – 14th April 2012
NTU «KhPI», Kharkiv

The purpose of the conference:

Consists in generation of new idea and specific proposals concerning definition of the basic modern problem of management in a different field of activity, associations of efforts of the Ukrainian and foreign experts, in field of management, scientists, state, political and public figures, industrialists and businessmen, that interested in innovational development.

Supported by:

Ukrainian Economic Organization of Scientists

Project 1-2009-1-AT-TEMPUS-SMGR (2009-4929/001-001)

"E-internationalization for collaborative learning"

EU project "Support to knowledge based and innovative enterprises and technology transfer to business in Ukraine" (InnoEnterprises)

European School of Logistics NTU "KhPI"

Kharkov marketing club





Міністерство освіти і науки, молоді та спорту України
Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут»
Бюро розвитку підприємництва економічного факультету НТУ «ХПІ»
Таврійський національний університет ім. В. Вернадського (м. Сімферополь)
ПВНЗ «Харківський соціально-економічний інститут»
Українська асоціація розвитку менеджмент-бізнес освіти (УАРМБО)
Спілка винахідників і раціоналізаторів України
Союз підприємців Харківської області
Отто фон Герікке університет (Магдебург, Німеччина)
Мішкольцький університет (Угорщина)
Санкт-Петербурзький державний університет економіки і фінансів (Росія)
Петрошанський університет (Румунія)
Університет ім. П'єра Мендеса Франса (Гренобль, Франція)
Університет прикладних наук Савонія (Куопіо, Фінляндія)

ЗБІРНИК МАТЕРІАЛІВ

IV Міжнародної науково-практичної конференції:
«СТРАТЕГІЯ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ЕКОНОМІКИ:
БІЗНЕС, НАУКА, ОСВІТА»

11 - 14 квітня 2012 р.



Харків - НТУ «ХПІ»



IV Міжнародна науково-практична конференція: «СТРАТЕГІЯ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ЕКОНОМІКИ: БІЗНЕС, НАУКА, ОСВІТА»

**11 - 14 КВІТНЯ 2012 р.
НТУ «ХПІ», м. Харків**

Мета проведення

полягає в генерації нових ідей і конкретних пропозицій щодо визначення основних сучасних проблем управління в різних сферах діяльності, об'єднання зусиль українських і закордонних фахівців в галузі управління, вчених, державних, політичних і суспільних діячів, промисловців і підприємців, що зацікавлені в інноваційному розвитку суспільства.

За підтримки:

Всеукраїнської спілки вчених-економістів
Проекту 1-2009-1-AT-TEMPUS-SMGR (2009-4929/001-001)
«Е-інтернаціоналізація для спільного навчання»
Проекту ЕС «Підтримка наукоємних та інноваційних підприємств,
а також трансфер технологій у бізнес в Україні» (ІнноЕнтерпрайз)
Європейської школи логістики НТУ «ХПІ»
Харківського клубу маркетингу



«СТРАТЕГІЯ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ЕКОНОМІКИ: БІЗНЕС, НАУКА, ОСВІТА»

Збірник матеріалів Міжнародної науково-практичної конференції 11 - 14 квітня 2012р.- Харків НТУ «ХПІ», 2012р.– 347 с.

Представлено збірник матеріалів, у якому розглянуті питання основних сучасних проблем управління в різних сферах виробничо-підприємницької діяльності, зосереджено увагу на необхідності співпраці бізнесу та освіти, пошуку обдарованої молоді, розвитку ділової активності студентів.

Для викладачів, науковців, здобувачів, фахівців, аспірантів і студентів економічних і управлінських спеціальностей

Програмний комітет

Голова – Л.Л. Товажнянський– д.т.н. професор, ректор Національного технічного університету «Харківський політехнічний інститут»

Члени програмного комітету

Карін Шимпф	керівник офісу обліку академічної успішності, факультету економіки і менеджменту, Університету Отто фон Геріке, Магдебург, Німеччина
Марк Бартолі	професор, керівник програми «менеджмент персоналу (УЧР)» університету Пьер Мендес Франс, Гренобль, Франція
Ілкка Торой	професор, проректор з міжнародних зв'язків університету прикладних наук Савонія, Куопіо, Фінляндія
Дердь Коцискі	професор, декан економічного факультету Мішкольцького університету, Угорщина
Маріанна Ман	професор, заступник декана економічного факультету Петрошанського університету, Румунія
Перерва Петро Григорович	д.е.н., професор, декан економічного факультету НТУ «ХПІ»
Сокол Євгеній Іванович	д.т.н., професор, проректор з науково-педагогічної роботи НТУ «ХПІ»
Марченко Андрій Петрович	д.т.н., професор, проректор з наукової роботи НТУ «ХПІ»
Кравець Валерій Олексійович	д.т.н., професор, проректор з науково-педагогічної роботи НТУ «ХПІ»
Матросов Олександр Дмитрович	канд. екон. наук., професор, завідувач кафедри організації виробництва та управління персоналом НТУ «ХПІ»

Горохова Людмила Петрівна	Директор Української асоціації розвитку менеджменту та бізнес освіти
Савченко Ольга Ігоревна	канд. екон. наук., доц., кафедри організації виробництва та управління персоналом НТУ «ХПІ»
Данько Тарас Володимирович	канд. екон. наук., доц., заступник декана з наукової роботи факультету бізнесу і фінансів НТУ «ХПІ»
Пижова Лариса Борисівна	заступник голови Товариства винахідників і раціоналізаторів України
Плотніков Володимир Олександрович	д.е.н., професор, заступник головного редактора журналу «Известия СПбГУЭФ» Санкт-петербурзького державного університету економіки та фінансів, Російська Федерація
Швець Ірина Юріївна	д.е.н., доц., кафедри Менеджменту підприємницької діяльності Таврійського національного університету ім. В. Вернадського, Сімферополь, Україна
Каревік Олександр Олександрович	канд. екон. наук., доц., декан факультету Інноваційної економіки Харківського соціально-економічного інституту
Організаційний комітет:	
Нестеренко Роман Олександрович	директор Бюро розвитку підприємництва Економічного факультету НТУ «ХПІ», вчений секретар конференції
Косенко Андрій Васильович	канд. екон. наук., доц. кафедри організації виробництва та управління персоналом НТУ «ХПІ»
Тимофєєв Дмитро Володимирович	канд. екон. наук., доц. кафедри організації виробництва та управління персоналом НТУ «ХПІ»
Погорелов Сергій Миколайович	канд. екон. наук., доц. кафедри організації виробництва та управління персоналом НТУ «ХПІ»
Шанін Дмитро Олександрович	ст. викладач кафедри економічного аналізу і обліку НТУ «ХПІ», завідувач обчислювального центру економічного факультету
Круглов Олександр Анатолійович	Завідувач лабораторії кафедри організації виробництва та управління персоналом НТУ «ХПІ»

Матеріали відтворюються безпосередньо з авторських оригіналів

Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут» 2012р.

Зміст

1 УПРАВЛІННЯ ЗНАННЯМИ В СУЧАСНІЙ ОРГАНІЗАЦІЇ	12
Н. Ю.Бутенко , Рівні формування знань в корпораціях	12
С.Е.Захаров , Перспективы организационного проектирования в экономике знаний	14
І.С. Килівник , Умови ефективного використання нематеріальних активів	16
В.В.Тютлікова, Л. І. Ракітіна , Перспективні напрями розвитку організацій в умовах економіки знань	18
Г.О.Ус , Концепции и модели для создания корпоративной системы управления знаниями.....	20
І.В. Черкасова , Підвищення ефективності етапу комерціалізації інновацій у промисловості.....	21
2 ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНІ ПРОБЛЕМИ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ.....	24
О. Ю. Антипцева , Вплив системи державного економічного стимулювання інноваційної діяльності на розвиток спеціальних інститутів даної сфери	24
Ю.С.Баташева , Технологическое развитие как основа экономической безопасности промышленного предприятия.....	26
О. А. Беспрозванных , Необходимость совместного финансирования инновационной деятельности государственными структурами и коммерческими банками	28
К.В.Велика , Інноваційна інфраструктура як чинник інноваційного розвитку.....	30
В.В. Галанець , Становлення ринку біопалива в Україні.....	32
П.В. Герасименко , Методика управления рисками при реализации инвестиционных проектов предприятий	35
О.Г. Гленбоцкая , Управление инновационным развитием туристического региона.....	37
Н. В. Гонтовая , Проблемы инновационного развития предприятий и направления их разрешения.....	39
О.Ф. Грищенко , Проблеми та перспективи розвитку інноваційного підприємництва в Україні.....	41
О. І. Гулий , ТНК і інтернаціоналізація НДДКР	43
Р.А. Гусейнов, С.Г. Пугач , Коммерциализация научно-технологических разработок: опыт США и Европы в сравнении сННЦ ХФТИ.....	45
С.В.Дегтярева , Инновации, инновационная деятельность, инновационный процесс в институциональной структуре национальной экономики	48
В.А. Денисюк , Розробка методики інтегральної оцінки інноваційної активності промисловості.....	50
Ю.С. Довгаль , Інноваційний потенціал регіону – фактори та напрями оцінки	53
В. О. Жаворонков , Інституціоналізація інноваційного розвитку економіки України	55
Г.В. Жаворонкова , Стратегія технологічної безпеки регіону	57
Н.В. Карпенко , Становлення національної інноваційної системи як складова забезпечення конкурентоспроможності України	59

О.С. Кириченко, Забезпечення економічної безпеки підприємств на основі проактивного інноваційного розвитку	61
Л.О. Куцеконь, Методологічні підходи формування ефективних стратегій інноваційного розвитку підприємств	63
Д.М. Лаповський, Т.В. Сердюк, Оцінка пріоритетності інноваційних проєктів: комплексний підхід	65
К.В. Ларіна, Сутність та цілі технічного переозброєння підприємства	67
О.Ю. Лінькова, Проблеми активізації інноваційної діяльності	70
С.Л. Литвиненко, Особливості бізнес-планування у вітчизняних вантажних авіакомпаніях різних організаційних форм	72
Т.М. Марченко, Розвиток інтелектуального потенціалу в Україні	74
С.О. Нечепуренко, Франчайзинг – як інноваційна модель бізнесу	76
О.М. Романькова, Р.А. Перебийніс, Організація документообігу з нарахування заробітної плати на шляхобудівному підприємстві “Барвін-ківський райавтодор” ...	78
К.С. Пошеннова, В.О. Матросова, Управління розвитком нематеріальних активів підприємства	81
С.Г. Сасенко, Значення та сутність податкового потенціалу промислових підприємств	83
С.Г. Сасенко, Методологічні аспекти аналізу використання та відтворення основних засобів машинобудівної галузі	85
О.І. Савченко, Р.О. Нестеренко, Трансфер технологій та надання послуг з використання результатів інноваційних розробок: європейські підходи	87
Е.О. Сапожніков, Д.В. Безугла, Організаційно-економічні аспекти технічного переозброєння виробництва	89
Л. І. Слюсар, Демографічні обмеження інноваційного розвитку та шляхи їх подолання	91
В.А. Соколенко, Н.В. Віхляєва, Обґрунтування системи індикаторів оцінки інноваційного потенціалу електроенергетичних підприємств	93
О.М. Соколова, Місце інновацій в економічному розвитку України	95
М. І. Стегней, Проблеми розвитку аграрного виробництва та українського села	97
І. П. Степанчук, Пріоритети регіональної інноваційної політики як необхідна умова формування інноваційної системи	99
М.О. Ткаченко, Оцінка потенцілу інноваційного розвитку на кожному етапі його функціонування	101
М. Чисарик, Инновационные технологии детенизации свободных экономических зон	103
Ю.Ю.Швец, Интеграция субъектов регионального рынка на основе инновационной деятельности	105
А.І. Яковлєв, Розвиток методів оцінки інноваційної діяльності і її перспективи в Україні	107

3 КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ЕКОНОМІКИ (МАКРО-, МЕЗО, МІКРО-РІВНІ).....110

Gábor Réthi . Corruption and cultural differences through the lenses of trompenaars model	110
Н.І. Данько, О.І. Решетняк, Модель інноваційного розвитку регіону на основі принципів системи збалансованих показників	113

В.І. Довбенко , Формування нової інноваційної культури – умова підвищення конкурентоспроможності економіки	115
О.М. Житкова , Особенности анализа финансово-хозяйственной деятельности современного предприятия пищевой промышленности	117
Я.А. Захарова , Концепция обучающегося региона как основа стратегии регионального развития.....	119
О.А. Іванова , Визначення потенціалу підприємства як чинника його конкурентоспроможності	121
Ю.П. Івашук , Вплив корупції на конкурентоспроможність у контексті інноваційної діяльності та розвитку інформаційних технологій.....	123
А. Кендюхов , Стратегические приоритеты обеспечения национальной конкурентоспособности Украины в условиях мирового экономического кризиса	125
Я. В. Кононенко , Инновация как фактор повышения конкуренто-способности предприятия	129
А. О. Костенко , Місце санаційного аудиту в процесі фінансового оздоровлення кризових підприємств	131
Л.В.Кузьменко, А.С.Басюк , Сучасні підходи до удосконалення методу експертних оцінок	133
С.В.Кухарчук , Принципы формирования конкурентной стратегии развития портового хозяйства.....	134
І.В. Лопаткіна , Проблеми аналізу великих даних в економіці	136
Л.О.Матлага , Оцінка капіталізації банківських установ в період нестабільного розвитку економіки України	138
Т.С.Мішустіна , Тенденції розвитку об'єктів інтелектуальної власності машинобудівних підприємств України	140
Л.В.Кузьменко, Ю.С. Недбайло , Дослідження мотиваційних факторів на підприємствах у сучасних умовах розвитку.....	143
С.В.Нестерова, В.В.Сідун , Особливості оцінки кредитоспроможності позичальника	145
П.Г.Перерва, Т.О.Кобелєва, Н.П.Ткачова , Формування конкурентних переваг та кон'юнктури ринку на засадах бекнчмаркінгу	147
Т.В.Пулина , Прогнозирование эффективности работы предприятий кластера на основе показателей их деятельности	149
П.М.Рибалка , Визначення оптимальних положень підприємства за життєвим циклом на основі матриці BCG	152
І.М.Руднєва , Інвестиційна діяльність в Україні та її вплив на процес реструктуризації та конкурентоспроможності підприємств	154
С.А.Симаковский , Источники повышения конкурентоспособности экономики на микроуровне	156
П. С.Смоленюк , Конкурентоспроможність вітчизняних підприємств	157
С.С.Ткачова , Конкурентні сили в ресторанному бізнесі: сутність та особливості	159
О.В.Чепіжко , Формування концепції управління стратегічною конкурентоспроможністю підприємства	161
О. Ю.Яремчук , Еволюція теорій розподілу доходів.....	163

4 АКТУАЛЬНІ НАПРЯМИ РОЗВИТКУ ТЕОРІЇ І ПРАКТИКИ МЕНЕДЖМЕНТУ 165

Mariann Somosi Veres . On the question of organizational development	165
---	-----

С.И. Вихляева, Ли Чао , Формировании инвестиционной привлекательности предприятий.....	166
Л.Ю.Гордієнко , Теоретико-методологічні основи побудови системи управління організаційними трансформаціями	168
С.І.Доценко , До питання про методологію формування загальної теорії підприємства.....	170
Ю.Е.Дуднєва , Функції та стадії формування іміджу керівника.....	172
А. А.Зайцева , Современные комплексные системы управления предприятием в Украине	174
К.В.Камчатна-Степанова , Характеристика та критерії оцінки результатів інноваційної діяльності підприємства на різних етапах науково-виробничо-го циклу	176
І.М.Капаруліна , Часові параметри синхронізації бізнес-процесів підприємства ...	178
О.А.Карлова , Проблеми функціонування міст з деформованою соціальною інфраструктурою	180
А.В. Косенко, О.А. Круглов, М.В. Маслак , Призначення, принципи організації, переваги застосування автоматизованих робочих місць та аналіз системи прийняття рішень	182
О.С.Мельников , Оптимізація строків проведення конкурсних торгів	184
А.В. Нікітіна , Методологічні засади забезпечення економічної безпеки підприємства.....	187
Р.О.Побережный , Анализ внешней среды как начальный этап в формировании стратегии предприятия	189
Н.С.Полякова , Шляхи ефективного управління дебіторською заборгованістю підприємств ЖКГ регіонів на основі формування кластерів	191
И. М. Посохов , Трактовка категорія корпорація в зарубіжних країнах	193
Й.С.Ситник , Теоретичні засади інтелектуалізації систем менеджменту підприємства.....	195
С.І.Тарасенко , Проектний підхід в сучасному менеджменті.....	197
В.В.Шевченко , Пути использования игр двух лиц для решения проблем управления в экономике.....	200
М.Б.Шевчун , Системний підхід до управління логістичними процесами на торговельному підприємстві.....	202

5 УПРАВЛІННЯ ЛЮДСЬКИМИ РЕСУРСАМИ ТА РОЗВИТОК ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОГО ПОТЕНЦІАЛУ204

László Berényi , Developing individual and organizational environmental competence	204
Б.Й.Білоус , Аналіз попиту на вакантні посади економічно-активного населення у карпатському регіоні та в Україні: порівняльний аспект.....	205
В.А.Васюкова , Стратегическое управление персоналом в условиях кризиса	208
І.А.Войналович , Перспективи розвитку освітнього компоненту конкурентоспроможності національної робочої сили.....	210
Я.М.Галак , Оцінка реальних доходів населення в Україні: економічний підхід	212
С.В.Гармаш , Новітні техніки в ефективному управлінні персоналом організації ..	213
С.М. Голубєв , Соціальні резерви трудового потенціалу колективу.....	215
О.А.Даниленко , Управління персоналом з урахуванням s-подібного розвитку організації, підрозділу, працівника та людини.....	217

С.М.Дмитрук , Мотивація персоналу до якісної праці в сучасних організаціях	219
Т.П. Збрицька , Система участі працівників у прибутках як один з методів мотивації	221
І.В.Коваль , Консалтинг як чинник розвитку інтелектуального потенціалу організації	223
В.А. Кучинський , Зворотний зв'язок як інструмент підвищення ефективності процесу управління персоналом.....	225
В.В.Воліков, М.І.Ларка , Формування системи факторів впливу на розвиток торгової марки	227
А.В. Малецький , Кадрові передумови в контексті управління якістю продукції виробничих підприємств	229
О.У.Мудра , Analysis of the foreign experience of social partnership on education and labor markets	231
Т.С.Обиденнова , Кадрова політика підприємства як основа його діяльності на ринку.....	233
О.А.Сливка , Використання концепції людського розвитку в системі забезпечення людського розвитку	235
О. В.Хитра , Інтелектуальний капітал як категорія економічної синергетики.....	237
О.В.Шубна , Управління людськими ресурсами донецького регіону на базі вдосконалення профорієнтаційної роботи в навчальних закладах	240
 6 СУЧАСНІ ВИКЛИКИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ МАРКЕТИНГУ	 242
Н.В.Бабенко , Управління маркетинговими програмами підприємства за умов глобалізації.....	242
І.М.Івашків , Тенденції розвитку виставкової діяльності в Україні як елемента інфраструктурного забезпечення ефективного функціонування підприємницьких структур.....	244
А. В.Карев , Базовые институциональные механизмы и принципы построения дилерских сетей.....	246
С.В.Куніцин , Комунікаційні аспекти формування регіонального туристично-рекреаційного кластеру	249
Ю.А. Мирясов , Позиционные блага и экономическая власть	251
Є.І.Нагорний , Методика пошуку оптимальної моделі нової продукції.....	253
А.О.Пермінова , Колективний характер прийняття рішення про закупівлю на промислових підприємствах	255
О. А.Ведернікова, Я. Г.Проуторова , Формування системи управління заємовідносинами зі споживачем в умовах глобалізації	258
О. А.Ведернікова, С.С.Ростовцев , Формування на підприємстві результативної та ефективної системи управління споживчим капіталом.....	260
О.А.Ведернікова , Я.Н.Рыбас , Особенности формирования маркетинговой стратегии предприятия в условиях глобализации	262
О.В.Степанова, О.І.Горбач, В.А.Горбач , Методичний підхід до оцінки і вибору постачальника матеріальних ресурсів	264

7 КОРПОРАТИВНА СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ: ВЗАЄМОДІЯ БІЗНЕСУ, СУСПІЛЬСТВА І ДЕРЖАВИ.....266

Т.В.Березянко , Оптимізація корпоративного та суспільного напрямків розвитку ...	266
Н.В.Бібік , Корпоративна соціальна відповідальність: український вимір	268
О.Г.Брінцева , Оцінка прозорості нефінансової звітності соціально відповідальних компаній	270
М. А.Вахтина , Корпоративная социальная ответственность и аргументы в пользу социального капитала	273
О.І.Кір'ян , Критичні точки взаємодії бізнесу та суспільства.....	275
В.М.Колосок, Н.А.Папуш , Особенности применения КСО украинскими холдинговыми компаниями	277
Д.О.Лиховид , Нова соціальна політика підприємства: безвитратність та ефективність	279
Я.В.Ободець, Р.В.Ободець , Взаємодія органів місцевого самоврядування з бізнес-структурами на засадах корпоративної соціальної відповідальності	282
М.П.Павлюк , Методичні підходи до оцінки результативності програм у сфері корпоративної соціальної відповідальності вітчизняних підприємств.....	284
А.Л.Сабадирьова , Програмно-цільова модель корпоративного потенціалу підприємства.....	286
О. І.Шаша , Корпоративна соціальна відповідальність як фактор формування позитивного іміджу підприємства.....	288
Т.Н. Шкода , Сутність соціального розвитку підприємства	290
Н.М. Шматько , Обґрунтування заходів з управління гнучкістю пат «Харківський завод «Гідропривід».....	292

8 ІНТЕГРАЦІЙНІ ПРОЦЕСИ В СВІТІ ТА В УКРАЇНІ: СПІВПРАЦЯ З ЄВРОПЕЙСЬКИМ СОЮЗОМ, ЕКОНОМІКА, МЕНЕДЖМЕНТ294

Dániel KUTTÓR, Ágnes HEGYI-KÉRI . Effects of industrial restructuring at national and regional level in east central europe	294
М.А.Головчанська , Порівняльний аналіз забезпеченості населення житлом та комунальними послугами в Україні та країнах ЄС	295
Н. П.Горидько, Р. М.Нижегородцев , Основные уравнения макроэкономической динамики: опыт регрессионного моделирования (на примере современной экономики Латвии).....	298
В.Ф.Грищенко, І.В.Грищенко , Міжнародні аспекти прояву еколого-економічних загроз в Україні	300
Д.Коциски, Д.Сакай, Т.Н.Соколенко , Вопросы внедрения сертификации международных стандартов качества	302
V.Omelyanenko , Economic results of international r&d cooperation	304
К.В. Савченко , Визначення основних напрямків інтернаціоналізації учбового процесу	306
Ю.В.Табенська , Розвиток національної системи державного фінансового контролю в рамках міжнародного співробітництва	308
9 СУЧАСНІ ІННОВАЦІЙНІ РІШЕННЯ В ЛОГІСТИЦІ	310

Ю.В.Пичугина, Логистические принципы организации эффективного транспортного экспедирования грузов	310
--	------------

10 ІННОВАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ УПРАВЛІННЯ БІЗНЕСОМ ТА ПІДПРИЄМНИЦТВО	313
--	------------

О.О. Антоненя, Урахування специфіки малих підприємств в процесі впровадження бюджетування.....	313
Т.О.Віткова, Підвищення ефективності та якості управління діяльністю економічних об'єктів - основний ресурс нової економіки	315
В.М.Колосок, К.М.Дроботіна, Ю.С Угровата, Механізм фінансового забезпечення стратегічного управління в великих інтегрованих підприємствах	317
В.М.Колосок, Я.С.Трусова, Финансирование инвестиционных потребностей структурных подразделений холдинговой компании	319
А.В.Кравець, Методичні аспекти інтегральної оцінки ефективності функціонування фінансово-кредитного механізму акціонерних товариств	321
С. І.Редька, Інноваційні технології для підвищення наявного потенціалу банківської системи України.	323
Г.І.Решетова, Проблеми управління інноваційним розвитком підприємства ...	325
О. В. Хірс, Основні характеристики коопераційних зв'язків у сучасній економіці	327
М.В.Чистова, Эффективная инновационная политика – ключевой фактор повышения конкурентоспособности экономики региона.....	329
Л.И.Шаша, Оптимизация процесса управления экономикой аотранспортного предприятия	331
М.Ф.Іванов, Г.М.Шевчук, Енергоефективність як основний тренд в управлінні інноваційним потенціалом будівельної галузі Донецького регіону.....	333
О. А. Стецуріна, Вплив введення нового податкового кодексу на інвестеційно-будівельного договору.....	335

11 ФОРМУВАННЯ ЗАГАЛЬНОЇ ІННОВАЦІЙНОЇ КУЛЬТУРИ ТА КРЕАТИВНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ	337
---	------------

А.К.Жамсатов, Актуальные вопросы развития информационного права и общества	337
---	------------

12 СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ МЕНЕДЖМЕНТ-БІЗНЕС ОСВІТИ ТА УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ	339
--	------------

Е. В. Васильева, Формирование рынка бизнес - образования в Украине: мировые тенденции и национальные проблемы	339
Н.В. Городничук, Пути совершенствования учета и анализа затрат на обеспечение качества	341
М.М.Кучер, Синергетичний підхід до методологічних проблем академічної підготовки менеджерів	344

1 УПРАВЛІННЯ ЗНАННЯМИ В СУЧАСНІЙ ОРГАНІЗАЦІЇ

УДК 658:001

Н. Ю.Бутенко, к.е.н., доцент, ДВНЗ „Київський національний економічний університет ім. Вадима Гетьмана”, Київ

РІВНІ ФОРМУВАННЯ ЗНАНЬ В КОРПОРАЦІЯХ

Під управлінням знаннями розуміють процес, у ході якого свідомо створюється, структурується й використовується база даних корпорації. Щоб управляти знаннями, необхідно чітко усвідомлювати наступне: які знання потрібні корпорації зараз і які будуть потрібні в майбутньому; хто в корпорації має знання; де вони зберігаються; як забезпечується обмін знаннями; як знання створюються; як вони передаються; як вони поновлюються; хто ще їх потребує; як організований доступ до знань, що зберігаються; які з них мають найбільшу цінність; скільки коштують всі ці знання; чи використовуються вони там і тоді, де й коли повинні використовуватися.

Специфіка знань як об'єкта управління обумовлює безліч проблем, з якими зіштовхується організація, навіть за умов цілеспрямованої управлінської діяльності. Кожен крок управління знаннями в корпорації містить у собі безліч технологічних підходів, пов'язаних з неоднорідністю знань, а також з особливостями носіїв, споживачів і користувачів знань - конкретних працівників. Така множинна система змінних у кожній організації й у кожен проміжок часу обумовлює необхідність створення мобільної системи управління знаннями.

Предмет управління знаннями є настільки детальним, що вимагає спеціального підходу до стратегії та структури організації, системи комунікацій та персональної політики. Це також вимагає формування нових навичок у керівництва.

Для формування та забезпечення сталого розвитку корпорацій важливим є визначення пріоритетів та рівнів формування корпоративного знання.

Формування знань в корпораціях відбувається на індивідуальному чи особистісному, груповому та корпоративному рівнях. Можна також виокремити ще один специфічний для корпорацій рівень – рівень стекхолдерів. Такий розподіл обумовлений методами, термінами, тривалістю та підходами у формуванні знань, а також суб'єктом, що використовує їх. Різниця пов'язана також з специфічними групами знань та підходами до управління такими знаннями.

Переважає кількість знань знаходиться на особистісному рівні їх формування та використання (з подальшою їх диференціацією на усвідомлені за неусвідомлені знання). Ці знання працівники набувають особистісно (до початку і протягом роботи в корпорації) в процесі навчання, підвищення

кваліфікації, отримання досвіду, обміну інформацією з іншими виконавцями. Управління цими процесами відбувається на підставі формування кадрової політики, здійснення ефективної мотивації працівників, формування корпоративної культури, використання спеціальних заходів

Формування знань в розрізі окремих груп або співтовариств в організації дозволяє фільтрувати інформацію, узагальнювати в рамках певної проблеми, приділяти увагу співпраці між членами такої групи. Професійне співтовариство являє собою базовий елемент організації. Вони в рамках організації виникають у процесі рішення специфічних задач, проблем, роботи над проектами, їх існування є притаманним для кожної фірми, враховуючи, насамперед, наявність функціональних сфер організації. Професійні співтовариства володіють особливою «компетенцією» - кластерами навичок і знань¹, що є підставою для особливих конкурентних переваг. Формування знань на рівні груп (співтовариств) полягає у визначенні мотиваційних механізмів накопичення і трансформації знань співтовариств у певних галузях, в обміні знаннями із іншими співтовариствами організації та за її межами, визначенні експертів (носіїв) специфічних знань, складанні директорій (довідників) про знання всередині професійних співтовариств, залученні до участі у мережних дискусіях, внесенні знань у розвиток організаційної мережі, складанні профілів учасників співтовариства.

Корпоративний рівень формування знань охоплює створення внутрішньої корпоративної документації; загальної бази даних; системи Інтранет; навчальних центрів; організаційної культури, що сприяє та стимулює розвиток знань, дає знанням високу цінність, стимулює обмін знаннями; інфраструктури для підтримки процесів управління знаннями. Корпоративне знання знаходиться в основі знань кожного працюючого в цій корпорації. Корпоративне знання базується на розумінні та досвіді та складає базу для розвитку конкурентних переваг і процесів.

Умовою формування корпоративних знань є формалізація індивідуальних знань та збереження їх у певному форматі. Для забезпечення доступності знань і використання їх на рівні корпорації інтегруються різноманітні технології, такі як: бази та сховища даних знань; електронна пошта; системи управління базами знань; Інтернет-ресурси та Інтранет; браузері, системи пошуку; експертні системи; системи документообороту тощо.

Сховища знань орієнтуються на якісні дані і можуть включати, наприклад, вимоги, специфікації, правила. База знань кадрових ресурсів містить дані про кваліфікацію, освіту, професійні навички співробітників, відомості про досвід роботи.

Бази знань корпорації можуть формуватися за різними напрямками стосовно роботи з клієнтами, стосовно процесів виробництва, процесів надання послуг. Найбільшу цінність для генерації знань у межах всієї корпорації мають бази даних для навчання, в яких збираються позитивні досвіди вирішення складних

¹ Davenport T.H. Process innovation: reengineering work through information technology. Boston, Mass., Harvard Business School Press, 1993. – 337 p.

ситуацій, можливі шляхи усунення характерних помилок, інформація про дії, що полегшують виконання задач і різноманітні ускладнення.

УДК 338.47

С.Е.Захаров, доцент, канд. наук по гос. управлению, Донбасская национальная академия строительства и архитектуры, Макеевка

ПЕРСПЕКТИВЫ ОРГАНИЗАЦИОННОГО ПРОЕКТИРОВАНИЯ В ЭКОНОМИКЕ ЗНАНИЙ

При реализации управления знаниями в мировой практике применяется множество моделей организационного проектирования (сетевые, обучающиеся, виртуальные организации, компании организованные по принципу «спагетти» и т.д.). Однако не прекращается поиск наиболее адекватных экономике знаний моделей организаций.

Яркими примерами в этом направлении являются концепция открытых инноваций Г. Чезборо, а так же получившая меньше мировое признание, но не менее интересная, концепция стратегического управления как портфеля отношений Н. Венкатрамана и М.Субраманиама

Модель «открытых инноваций» означает партнерство, альянсы, структуры с низким уровнем бюрократизации, позволяющие сочетать ресурсы, имеющиеся внутри компании, с ресурсами, которые существуют вовне, используя при этом покупку и продажу интеллектуальной собственности.

Концепция стратегического управления как портфеля отношений основана на конкурентном преимуществе экономии от масштаба, разнообразия и экспертных знаний связанном с экономическими выгодами получаемыми фирмой от занятия центрального положения в сети, которое обеспечивает ей преимущественный доступ к источникам создаваемых в этой сети знаний (пилотных идей и прототипов новой продукции).

Однако обе концепции наряду с достоинствами имеют и свои недостатки. В обоих рассматриваются внешние отношения только как межфирменные и не в полной мере учитывают новые требования и условия экономики знаний. Кроме того, первая рассматривает только преимущество от заказа значительной части НИОКР на стороне. Вторая же, не является целостной и имеет внутренние противоречия: признавая важность дополнения внутренних способностей фирмы внешними, делает бескомпромиссный акцент на вторые.

Таким образом, признавая важность упомянутых концепций, следует признать необходимость их дальнейшего развития с учетом новых черт экономики знаний и информационно-коммуникационных технологий.

Следующим шагом в этом направлении может быть модель организации - площадки для накопления и реализации интеллектуального потенциала выходящего за границы компании (компании с нечеткими границами, где есть

формальное ядро и формально-неформальные (мерцающие) связи). Данная сеть взаимодействия, с одной стороны, будет использовать территорию организованную и поддерживаемую ядром компании, а с другой стороны выходить за пределы самой компании.

Развитие концепций открытых инноваций и концепции стратегического управления как портфеля отношений в части получения конкурентных преимуществ экономии от экспертных знаний заключается в том, что сетевая структура организации с нечеткими границами (мерцающими связями) будет более эффективно использовать распределенные знания и набирая силу вводить новые черты сетевого взаимодействия. Так роль менеджеров всё больше будет приобретать черты модераторов виртуальных форумов, на которых будет происходить зарождение, обсуждение и апробация новых идей, налаживание контактов, формирования рабочих групп для разработки этих идей и их внедрения (рис. 1). При этом задача фирмы будет заключаться в инфраструктурном обеспечении и получении процента или платы (ренты) за это. Причем возможны различные варианты долевого участия фирмы и инициаторов идей (соединения ресурсов фирмы и творческого начала разработчиков).

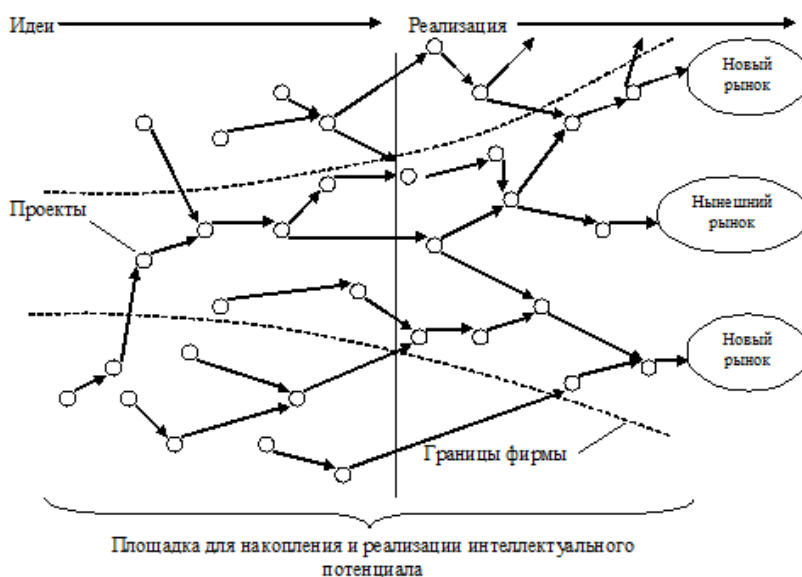


Рис. 1- Модель организации с нечеткими границами

Те предприятия, которые раньше других переориентируются на данную модель получают стратегическое преимущество первопроходцев. Однако, учитывая большую зависимость данной модели организационного дизайна с фоновыми (рамочными) условиями, наименее сложное и наиболее эффективное осуществление данного перехода возможно в точке бифуркаций развития системы (отрасли). Поэтому задачей ближайшего будущего для фирм стремящихся занять передовые позиции в экономике знаний будет выявление признаков ситуации характерной для точек бифуркаций (состояние системы, когда очень маленькое воздействие приводит к глобальным изменениям) в

сфере своей деятельности и подготовка к изменениям при ее наступлении (рамочные условия).

Обобщенным главным признаком приближения к точке бифуркации является нарастание внутренних противоречий системы, а так же нарастание противоречий между системой и надсистемой.

УДК 339.166.5:65.01(045)

І.С. Килівник, аспірант, Національний авіаційний університет, Київ

УМОВИ ЕФЕКТИВНОГО ВИКОРИСТАННЯ НЕМАТЕРІАЛЬНИХ АКТИВІВ

В сучасних умовах господарювання основним чинком інноваційного розвитку та збереження конкурентоспроможності на ринку є інтелектуальна власність. В умовах інноваційного розвитку інтелектуальні ресурси починають домінувати над матеріальними активами. Зарубіжний досвід доводить пряму залежність прибутковості господарюючого суб'єкта від якості управління нематеріальними активами.

Сьогодні в Україні управління нематеріальними активами фактично закінчується на етапі видачі охоронного документа, а система управління, яка вирішує питання стосовно ефективного використання даних активів для отримання економічних вигод – відсутня.

Ефективне використання нематеріальних активів реалізується лише при якісній системі управління даними, яка повинна бути здатна швидко і адекватно реагувати на зміни в зовнішньому та внутрішньому середовищі, оперативно приймати обґрунтовані рішення та бути націлена на підвищення ефективності функціонування об'єкта управління, отримання додаткових оборотних коштів, додаткових прибутків та створення умов для розвитку національної економіки знань і сталого інноваційного розвитку.

Фундаментом будь-якої системи є принципи. На нашу думку основними принципами системи управління даними активами є:

1. принцип адаптованості до змін – для ефективного використання нематеріальних активів система управління повинна мати здатність швидко реагувати і адаптуватися до змін у зовнішньому і внутрішньому середовищі;
2. принцип відкритості – механізм повинен бути відкритим для вхідної інформації і закритим у випадку вихідної інформації;
3. принцип орієнтованості на стратегічну ціль – система управління повинен бути націлений на досягнення основних цілей підприємства і якісних вихідних параметрів;
4. принцип інформованості – всі підрозділи механізму повинні володіти необхідною інформацією, на всіх рівнях (горизонтальна інформованість -

взаємозв'язку між підрозділами і вертикальна - взаємозв'язок між різними рівнями управління);

5. чітке встановлення функцій для кожного підрозділу, зосередження однорідних функцій в одному підрозділі механізму управління, для уникнення дублювання;
6. принцип економічності - економічний ефект отриманий від запровадження системи управління нематеріальними активами повинен покривати витрати на організацію даної системи;
7. принцип пов'язаності – всі елементи системи повинні бути пов'язані за допомогою стійких зв'язків для досягнення спільної мети;
8. принцип самовдосконалення – з урахуванням стратегії підприємства, система управління повинна бути націлений на розширення можливостей підприємства, через самовдосконалення і розширення своїх можливостей шляхом аналізу інноваційного простору.

На економічний ефект від використання нематеріальних активів впливає вибір форми комерціалізації. Основними формами комерціалізації даними активами на підприємстві є: продаж, передача прав за ліцензійним договором, передача прав по договору лізингу, передача прав по договору комерційної концесії (франчайзингу), внесення в статутний фонд підприємства, застава.

На вибір форми комерціалізації нематеріальних активів впливає низька факторів, а саме:

- концентрація конкуренції на ринок з аналогічним товаром;
- ступінь новизни - нові - не мають прототипу і вирішальні абсолютно нове завдання чи відому задачу принципово новим шляхом; не зовсім нові - мають прототип, що співпадає з незначною кількістю основних ознак нового рішення; не нові - мають прототип, що співпадає з більшістю основних ознак;
- ринок збуту охоплює різноманітних споживачів всієї країни, деякі райони або це спеціальний ринок з невеликою кількістю споживачів;
- ступінь правового захисту даного активу.

При управлінні комплексом нематеріальних активів можливе застосування таких стратегій [1, 2]:

1. стратегію захисту - захист від конкурентів за допомогою отримання монопольних прав на нову продукцію на період виведення її на ринок;
2. стратегію формування статутного капіталу підприємства - вклад у майно підприємства майнових прав на об'єкти ІВ, що дає можливість, не володіючи матеріальними ресурсами, зайняти активну позицію на ринку.
3. стратегію створення іміджу підприємства - отримання правового захисту на нематеріальні активи з метою формування корпоративної культури всередині підприємства, зміцнення відносин з партнерами, підвищення довіри споживачів залучення за рахунок цього додаткових доходів;
4. стратегію оптимізації фінансово-господарської діяльності, яка пробає: зниження податку на прибуток у зв'язку зі зменшенням оподатковуваної бази на величину амортизації нематеріальних активів; економію

відрахувань на зарплату при оплаті праці через авторську винагороду за створення об'єктів інтелектуальної власності.

Ефективне використання нематеріальних активів можливе лише при комплексному та системному управлінні даними активами. Система управління даними активами повинна бути спрямована на забезпечення використання даних активів з максимальною користю: забезпечити стійкі конкурентні переваги, інвестиційну привабливість підприємства та отримання економічного ефекту від використання нематеріальних активів.

Список використаних джерел: 1. Зинов В.Г. Управление интеллектуальной собственностью: Учеб.пособие. - М.: Дело, 2003. - 512 с. 2. Коммерциализация технологий: Теория и практика. Учебно-методическое пособие. - М.: Монолит, 2002. - 269 с.

УДК 005.336.4

В.В.Тютлікова, к.е.н, Харківського національного економічного університету, Харків

Л. І. Ракітіна, аспірант Харківського національного економічного університету, Харків

ПЕРСПЕКТИВНІ НАПРЯМИ РОЗВИТКУ ОРГАНІЗАЦІЙ В УМОВАХ ЕКОНОМІКИ ЗНАНЬ

У сучасного суспільстві виробнича діяльність відбувається в умовах постійного оновлення знань, процес старіння яких постійно прискорюється. Основними компетенціями стають інноваційність та творчість. У сукупному національному багатстві країни зростає частка саме людського капіталу, в той час як частки виробничого і природного капіталу падають, зростає внесок у валовий внутрішній продукт країни високотехнологічних галузей економіки.

Зазначені особливості, характерні для економіки знань, зумовлюють її суттєві відмінності від стандартної ринкової економіки за діючими закономірностями і механізмами та зумовлюють появу нових організаційних форм спрямованих на виробництво, розподіл і ефективне використання знань для забезпечення своєї конкурентоспроможності, а також зростання економіки і рівня життя населення. Ця проблема висвітлена в працях таких вчених як Овчинников А.С., Сидоров В.І., Гейц В.М., Плотинський Ю.М., Глухов В.В., Коробко С.Б, Мільнер Б. З. Вони розглядають особливості розвитку економіки знань, але приділяють мало уваги створенню організаційних форм, які активізують процеси навчання та розповсюдження знань, стають основою в створенні економіки нового типу.

Економіка знань повинна будуватися на основі підприємств, здатних до інноваційної діяльності, тобто до переробки ідей, винаходів і відкриттів в конкретну продукцію, що володіє новими цінностями для споживачів.

Це підприємства краще пристосовані до конвергентних технологій і націлені на інноваційні прориви в міждисциплінарних нішах. Працюють на

таких підприємствах менеджери зовсім іншого типу, ніж в традиційній економіці. Це менеджери схильні до творчого процесу, вони погано переносять бюрократію і їм необхідно делегувати значні повноваження. Економіка знань вимагає підготовки крос-функціональних міждисциплінарних команд менеджерів з горизонтальною, міжнародною або глобальною когнітивними компетенціями. Проблема економіки цього типу полягає в невизначеності, що виникає між постачальником знань на вході процесу і споживачем знань на виході процесу, що трансформує об'єкт інтелектуальної власності в комерційний продукт. Чим більше невизначеність, тим більш гостро стоїть питання про створення і розвиток інтелектуальних організацій і організацій, що навчаються.

Слід зазначити, що в таких організаціях збільшення знань і вдосконалення навичок відбувається не тільки на індивідуальному, але і на колективному рівні. Для них характерно і необхідно вдосконалення здібностей до навчання. Навчання персоналу відбувається не тільки в більш-менш традиційних формах, а й в процесі самої трудової діяльності, яка включає взаємодопомогу, обмін досвідом і знаннями.

Основні принципи таких організацій, висвітлені в працях С. Крейнера та зводяться до наступного: навчатися швидше, ніж конкуренти; навчатися всередині організації; навчатися за межами організації; навчатися по вертикалі; задавати правильні питання і застосовувати "навчання в дії"; прогнозувати майбутнє, створювати сценарії і навчатися на них; застосовувати на практиці те, чому навчилися, і вчитися на практиці; навчатися швидше, ніж змінюється зовнішня середовище; навчатися в областях, де раніше не навчалися.

Організації орієнтовані на навчання і інтелектуальний розвиток свого персоналу мають більш високу конкурентоспроможність, так як швидко змінюється і таким чином адаптується до швидко мінливих умов і вимог ринку. При цьому навчатися повинна вся організація - від дирекції до самих низових працівників, в умовах постійного прогнозування майбутніх умов. Це призводить не просто до накопичення знань, а формує досвід їх використання, створення нових ідей, уявлень і способів дій. Суть не в простому підвищенні кваліфікації, але в нарощуванні потенціалу гнучкості, мінливості, адаптивності.

Перспективою подальших досліджень є визначення факторів, технологій і ознак, які складають основу організації яка навчається та визначення перешкод на шляху створення даної організації.

Г.О.Ус, к.т.н, доцент, Восточноевропейский университет экономики и менеджмента, Черкассы

КОНЦЕПЦИИ И МОДЕЛИ ДЛЯ СОЗДАНИЯ КОРПОРАТИВНОЙ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ ЗНАНИЯМИ

Создание организационных структур управления знаниями (СУЗ) предполагает определение субъектов и функций системы управления. Понимание сущности самих знаний в научных источниках отличаются, критерии отнесения к типам знаний противоречивы. Необходимо уточнить природу и ценность знаний для разработки СУЗ, которая связана как с созданием организационной структуры (синтез) системы, так и с созданием ИТ-средствами и их сопровождением. Представим СУЗ как человеко-машинную систему, которая обеспечивает жизненный цикл знаний: получение – восприятие – усвоение – хранение – поиск в хранилищах и источниках – представление – обработка – логический вывод на знаниях – обмен знаниями. Такое образование относится к интеллектуальным системам с неоднородным интеллектом [1], а основные концепции построения и взаимосвязи главных элементов интеллектуальных систем (СУЗ) считают их архитектурой. Одним из современных средств описания процедур управления в бизнес-процессах, в которых именно и используются знания для принятия оперативных решений, является нотация ARIS (Architecture of Integrated Information Systems), сюда также включены средства визуального проектирования программных комплексов – UML (Unified Modeling Language). Это позволяет реализовать объектно-ориентированную парадигму создания программных средств (ООА / П). Дополнением к указанным средствам является стандарты проектирования UP и RUP. Однако вышеприведенные средства не имеют возможностей для описания поведения исполнителей, имеющих некоторый уровень автономности. Использование концепции интеллектуального агента позволяет создать более адекватную модель СУЗ. Систему управления знаниями предприятия автор представляет как гибридную интеллектуальную систему, которая состоит из множества специализированных интеллектуальных агентов. Мало уделяется внимания исследованиям, посвященных адаптации средств ИТ СУЗ к индивидуальным (когнитивным) возможностям пользователей, от которых зависит производительность информационной деятельности человека. Для создания таких средств СУЗ нами выделены переменные, описывающие характеристики элементов информации и связанные с предпочтениями агентов формы представления данных и личностных стилей их обработки персоналом предприятия (организации, учреждения). При построении СУЗ модели и методы для средств информационного взаимодействия должны обеспечить прикладные функции, сбор данных о когнитивном состоянии и другие задачи мониторинга агентов, адаптивные

процедури. В роботі такі засоби представлені як взаємодія агентів з можливими ролями персонал / середовище / експерт / програмний агент. Для побудови моделі спілкування як базис використана модель сприйняття людини (для забезпечення «дружественності» і підвищення рівня інтелектуальності), запропонована формально-логічна модель на основі логіки запитів і відповідей. Для реалізації засобів ІТ використано уніфікований мову моделювання (UML) як метод ООА (об'єктно-орієнтованого аналізу). Нами використано UML для побудови моделей програмних агентів, що реалізують методи адаптації. Наступна група бізнес-процесів – моніторинг рівня знань, – як агентів, так і загального корпоративного поля знань. Ми досліджували структуру визначення понять і представили їх в термінах моделі «сутність – зв'язок» з використанням методів інженерної онтології. С іншої сторони, моделювання діалогу і його елементарної структури – запит-відповідь ситуації (ВОС), дозволило побудувати метод формування тестового твердження як ВОС на основі типових запитів, використовуючих універсальний набір відношень. Ці дві моделі (представлення знань і діалогового спілкування для обміну знаннями) забезпечують моніторинг стану знань [2]. Модель адаптації СУЗ до особливостей персоналу ґрунтується на так званих когнітивних стилях (їх налічують близько 300), які зводяться до шкал «вербальний-образний-кінестетик» [3,4]. Запропоновано метод віднесення агентів до когнітивного типу, визначені вимоги до програмним агентам. Для дослідження властивостей агентів побудовані відповідні сценарії.

Література: 1. Метешкін К. А. Задача створення навчальних систем з гібридним інтелектом / К. А. Метешкін // Системи обробки інформації: [збірник наукових праць]. – Харків: НАНУ, ПАНМ, ХВУ, 2001. – Вип. 4(14). – С. 13–18. 2. Stenberg R.J. Inside intelligence // Amer. Scientist. – 1986. – V.74. – №2. – P.137 – 143. 3. Riding R. Rayner S. Cognitive styles and learning strategies. Understanding style differences in learning and behaviour / R. Riding S. Rayner. – London: David Fulton Publishers, 1999. – 217 p. 4. Parkinson A. Test-retest reliability of Riding's cognitive styles analysis test / A. Parkinson, A.A.P. Mullally, J.A. Redmond // Personality and Individual Differences.- 2004.- V.37.-P.1273-1278.

УДК 658.589

І.В. Черкасова, асистент Одеського національного політехнічного університету, Одеса

ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ЕТАПУ КОМЕРЦІАЛІЗАЦІЇ ІННОВАЦІЙ У ПРОМИСЛОВОСТІ

Актуальність інноваційної моделі розвитку зумовлюється різким зростанням впливу науки та нових технологій на економіку країни. Науково-технічний прогрес призводить до появи та впровадження нових технологій та виробництва, суттєвої трансформації національної економіки. Саме інноваційна

модель розвитку підприємства є домінуючою в умовах становлення економіки знань.

До першочергових задач, на наш погляд, слід віднести розбудову системи знань підприємства як основи оцінки відповідності його потенціалу задачам інноваційного розвитку та обґрунтування заходів його цілеспрямованого зростання. Особливе значення слід приділити технологічній складовій потенціалу інноваційного розвитку підприємства.

Метою роботи є визначення засобів управління рівнем технологічної складової потенціалу інноваційного розвитку промислового підприємства.

Реалізація потенціалу інноваційного розвитку здійснюється через інноваційну активність підприємств, здатність до реалізації ними стратегії безперервного оновлення технології та продуктового портфеля як основи сталого розвитку підприємства на довгостроковому інтервалі.

Аналіз статистичних даних свідчить про негативну динаміку кількості інноваційно-активних підприємств в промисловості України. Так частка промислових підприємств, що займалися інноваційною діяльністю за період з 2000-2009 рр. знизилася на 5,17%, а таких, що впроваджували інновації – на 4,1%. Питома вага підприємств, що впроваджували інновації знизилася до рівня 10,7% за умови, що граничне значення цього показника повинно бути 25%.

Витрати на технологічні інновації в цілому незначні, а їх питома вага в обсязі реалізованої продукції промисловості складає останні роки 0,01% та знизилася відповідно 2000р. у 4 рази. За період 2000-2010р.р. обсяг витрат на інновації виріс у 4,57 рази, але витрати на придбання нових технологій – лише у 1,94. Характерним є те, що обсяг реалізованої продукції промисловості виріс за період у 5,84 рази. Таким чином немає відповідності між зростанням обсягів реалізації промислової продукції та витратами на технологічні інновації.

Проблема, на наш погляд, не стільки у відсутності розробок, скільки у недоліках процесу їх комерціалізації. Статистичні дані побічно це підтверджують. Так на тлі значного зниження питомої ваги виконаних наукових та науково-технічних робіт у ВВП з 1,36% в 1996 р. до 0,90% в 2010 р. спостерігається також суттєве зростання частки коштів іноземних інвесторів по відношенню до загальної суми витрат на інноваційну діяльність з 7,6% в 2000 р. до 30% в 2010 р. А якщо врахувати, що кошти на наукові та науково-технічні роботи в аналізований період більш ніж наполовину витрачені на розробки, то можна стверджувати, що іноземні інвестори вкладали кошти в проекти на етапі близькому до впровадження у виробництво. Тобто підвищення ефективності етапу комерціалізації нововведень є першочерговим завданням.

Відсутність розгалуженої національної мережі підтримки інноваційної діяльності та трансферу технологій є тим чинником, який заважає розбудові системи знань організації через відсутність повної інформації про завершені розробки у окремих галузях, або такі, які знаходяться на стадії завершення, що негативно впливає рівень дифузії інновацій та ефективність інноваційної діяльності підприємств.

Трансфер технологій базується на інноваційній ідеї, пов'язаній з впровадженням прогресивних технологічних процесів та виробництві наукоємних продуктів. Саме з трансфером технологій тісно пов'язано рішення таких завдань управління інноваційною діяльністю як прийняття рішення про необхідність заміни технологічних процесів, які є в наявності на підприємстві, вибір нових технологій та оцінка доцільності їх впровадження, захист технологій як об'єктів інтелектуальної власності, та й реалізація інноваційної політики підприємства в цілому. Вплив трансферу технологій на рівень ефективності етапу комерціалізації нововведень пояснюється як полегшенням доступу до передових технологій (міжгалузевий, міжнародний трансфер), так й зменшенням часу, протягом якого можна скористатися відносними перевагами новатора.

Трансфер технологій є елементом інноваційно-технічного менеджменту підприємства. Саме тому цей інструмент комерціалізації технологій широко використовується у світі. До основних проблем, які пов'язані з комерціалізацією технологій належать: ранній доступ до нових продуктів та технологічних процесів; прямі іноземні інвестиції; необхідність підвищення кваліфікації робітників. Мінімізація втрат часу та інших ресурсів на кожному етапі просування технологій на ринок є ключовими проблемами трансферу технологій. Використання трансферу технологій потребує створення своєї інфраструктури. До цього інструменту забезпечення інноваційної активності значну увагу проявляють як державні інститути, так й корпорації. Релевантна інформація про трансфер технологій є необхідною як на етапі формуванні бази знань підприємства, так й на етапі аналізу наявного технологічного потенціалу підприємства на відповідність стратегічним задачам бізнесу, а потім й на етапі корегування рівня потенціалу.

Ефективність трансферу технологій досягається постійним контролем за інноваціями в галузі, скануванням та моніторингом ринку технологій та розробкою внутрішньогосподарського механізму управління інноваційним розвитком підприємства.

Література: 1. Україна у цифрах 2009. Статистичний збірник. — К.: Держкомстат України, 2010. — 258 с.

2 ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНІ ПРОБЛЕМИ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

УДК 338.242:330.341

О. Ю. Антипцева, старший викладач, Українська інженерно-педагогічна академія, Харків

ВПЛИВ СИСТЕМИ ДЕРЖАВНОГО ЕКОНОМІЧНОГО СТИМУЛЮВАННЯ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ НА РОЗВИТОК СПЕЦІАЛЬНИХ ІНСТИТУТІВ ДАНОЇ СФЕРИ

Досягнення бажаних результатів економічних перетворень в Україні неможливо сьогодні без формування конкурентоспроможного національного інноваційного середовища. Це в свою чергу викликає необхідність відповідних умов розвитку системи державної підтримки, спрямованої на активізацію інноваційної діяльності, позитивних зсувів в модернізації економіки, створення механізмів партнерства і кооперації в означеній галузі, трансферу інноваційних продуктів та технологій. Слабке інституціональне забезпечення державної підтримки інноваційної сфери в країні та низький рівень мотивації суб'єктів економіки до реалізації нововведень значною мірою пояснюються недосконалістю нормативно – правової бази та механізму економічного стимулювання інноваційної діяльності реального сектора економіки, що визначає актуальність проблеми формування елементів інституціональної структури інноваційної діяльності в ході реформування державного економічного стимулювання науково-технічної та інноваційної діяльності.

Зазначимо, що сьогодні сучасна нормативно-правова база у сфері науково-технічної та інноваційної діяльності в Україні налічує близько 200 документів. Між тим при її формуванні порушуються принципи системності та комплексності – положення окремих законодавчих актів не узгодженні між собою, фрагментарні, не мають реального методичного забезпечення з точки зору практичної реалізації та відповідної фінансової підтримки держави, не враховують у повному обсязі інвестиційні можливості економічних агентів. Норми, які містяться у спеціальному законодавстві про інноваційну діяльність, є неузгодженими з положеннями бюджетного та податкового законодавства, що надає їм суто декларативного характеру та негативно впливає на динаміку інноваційної діяльності в країні. Таким чином, на практиці державне економічне стимулювання в Україні сьогодні не лише майже не сприяє розвитку інновацій, а ще й активізує інституціональні джерела перешкод до інноваційної діяльності, що стримують розвиток інституту ризикових інвестицій, інституту науково-технічних розробок, інституту малих інноваційних фірм, інституту створення, впровадження та застосування технологій, інституту трансферу технологій, інституту партнерства та кооперації, інституту ринку праці науково-технічних працівників.

Виходячи з вище висловленого вважаємо, що реформування системи державного економічного стимулювання інноваційної діяльності в Україні повинно відбуватися з дотримання наступних умов:

- законодавчі акти, які встановлюють формальні правила побудови та функціонування системи державного економічного стимулювання інноваційної діяльності повинні містити норми, що спрямовані на збереження цілісності інституціонального забезпечення інноваційної діяльності та розвиток спеціальних інститутів даної сфери; урахування та узгодження приватних інтересів економічних агентів в рамках обраних пріоритетів науково-технічного та інноваційного розвитку держави та їх ефективну взаємодію в якості елементів колективної системи створення, впровадження та використання отриманих результатів;

- з метою усунення суперечностей між нормами фінансового та спеціального інноваційного законодавства та створення реальних умов застосування передбачених у ньому пільг та преференцій внести відповідні зміни у бюджетне та податкове законодавство;

- механізм державного економічного стимулювання розвитку науки і техніки повинен бути органічно вбудованим в систему ринкових відносин і реалізовуватися на основі скоординованого застосування комплексу податкових, амортизаційних і кредитних регуляторів, які сприяють формуванню, динамічному та узгодженому розвитку системи спеціальних інститутів сфери інноваційної діяльності та забезпечують її піднесення. Заохочувальні податкові і амортизаційні пільги повинні носити суто цільовий характер, бути закріпленими законодавчо і діяти автоматично. Пільгові позики спеціалізованих фінансових структур і надання преференцій комерційним банкам, що кредитують довгострокові інноваційні проекти, треба підпорядкувати перш за все цілям перерозподілу інвестиційних ресурсів на користь пріоритетних галузей економіки і окремих державних програм підтримки науково-технічної діяльності, модернізації й оновлення виробництва. Стимулювання науково-технічних процесів повинно носити динамічний і відкритий характер;

- позитивний вплив системи державного економічного стимулювання сфери інноваційної діяльності необхідно спрямувати в першу чергу на зростання інтелектуального та технологічного потенціалу країни, забезпечення збільшення числа учасників галузі інновацій за рахунок залучення нових інституційних суб'єктів, сприяння збалансованості інтересів учасників при створенні партнерств у даній сфері, забезпечення повноцінного попиту на інновації з боку більшості господарюючих суб'єктів, формування механізмів створення системи венчурного фінансування інноваційних проектів, розвиток мережі трансферу технологій та її включення в транснаціональну систему інноваційних центрів.

Таким чином, можливість функціонування в рамках найсприятливішого податкового клімату, отримання права першочергового доступу до обмежених економічних ресурсів, пільгових довгострокових кредитів і т. і. відносять до дубльованих конкурентних переваг, які гарантуються державою суб'єктам економіки, що акумулюють і використовують свої ресурси у сфері пріоритетних напрямів інноваційної діяльності. Перспективи отримання певних пільг і

преференцій на протязі визначеного періоду часу при дотримані запропонованих державою умов, сприяють формуванню у інституційних суб'єктів позитивних очікувань стосовно можливості подальшого завоювання і нарощування стійких конкурентних переваг високого рангу, тобто створення ряду внутрішніх вигод за рахунок здійснення інноваційної діяльності, і як наслідок, маємо поступове і постійне відтворення сприятливих умов інституціонального забезпечення інноваційної діяльності та розвитку спеціальних інститутів даної сфери.

УДК 330.341.1

Ю.С.Баташева, аспірант, Одеський національний политех-нічний університет, Одеса

ТЕХНОЛОГИЧЕСКОЕ РАЗВИТИЕ КАК ОСНОВА ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ ПРОМЫШЛЕННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

На современном этапе развития общества конкурентная борьба между субъектами хозяйствования инициирует создание инноваций, внедрение их в жизнь, тем самым порождая очередной виток конкурентной борьбы, и обеспечивая экономическое развитие, как отдельных предприятий, так и экономики страны в целом.

С переходом к рыночной экономике централизованное управление научно-техническим развитием стало невозможным, предприятия самостоятельно выстраивают и реализуют свою стратегию развития путем формирования непрерывного ряда нововведений различной степени радикальности. Одним из основных признаков этого процесса является его затратность и повышенный уровень риска, что непосредственным образом сказывается на уровне экономической безопасности предприятия.

Возникновение актуальной научной и практической проблемы, связанной с обеспечением экономической безопасности предприятий в изменяющейся среде, вызвало появление большого числа работ, посвященных исследованию понятия экономической безопасности, классификации угроз экономической безопасности, принципов построения систем и роли различных факторов в обеспечении экономической безопасности предприятия и т.п. Данная проблематика исследована в работах таких авторов как Л.Абалкин, А.Воронков, Е. Олейников, А. Попов, В. Сенчагов, В. Забродский, Н.Капустин, В. Мак-Мак и мн. др. Несмотря на большое количество работ в рассматриваемой области, здесь остается еще довольно много «белых пятен». Одна из таких сравнительно малоизученных сфер связана с вопросами обеспечения экономической безопасности в условиях перехода к инновационной экономике.

Поскольку объект управления представляет собой сложную систему, то механизм управления научно-техническим развитием производства может быть

эффективен, только если он обеспечивает формирование и внедрение адекватной технологической политики, и, соответственно, разработку стратегии технологического развития предприятия.

Предлагается рассматривать стратегию технологического развития с позиции обеспечения ею экономической безопасности предприятия, а сам процесс развития как основной компонент безопасности. Такой подход позволит оценить способность выбранной стратегии реализовывать поставленные цели инновационного развития в условиях воздействия внешних и внутренних угроз.

Известно, что производственная система на каждом этапе развития последовательно проходит стадии роста, стабильного функционирования и деградации[1]. Таким образом, для традиционных конкурентных стратегий можно предложить технологическую трактовку. На стадии зарождения или роста должны проводиться разработка и внедрение новых технологических решений для реализации стратегии роста; на стадии стабильного функционирования – разработка и внедрение новых технологических решений для поддержания жизненного цикла выпускаемой продукции; на стадии «выживания» – желательна своевременная реализация устаревшей технологии с сохранением ее технологической ценности с целью минимизации потерь.

В основе формирования портфеля инновационных стратегий должны лежать общие цели экономической безопасности и инновационные задачи предприятия.

Современное предприятие, ориентируясь на использование современных технологий, сталкивается с необходимостью решения трех взаимосвязанных задач:

- выбор технологии, соответствующей потребностям предприятия;
- выбор способа создания или приобретения технологии;
- выбор способа распоряжения технологией.

При этом основные причины риска снижения экономической безопасности предприятия связаны с уровнем развития технологической системы производства. Можно выделить несколько групп причин, которые побуждают предприятия к переходу на новые технологии еще не на завершающей стадии развития предшествующего жизненного цикла технологии или продукции:

1) непрогрессивность используемой технологической системы вследствие:

- непредвиденных революционных изменений в технологии на рынке;
- устаревание технологии в результате низких темпов развития технологической системы (длительный цикл НИОКР, «пролеживание» на этапе внедрения);

2) низкий уровень коммерциализации новшества вследствие:

- допущенных ошибок прогноза спроса на продукцию, производимую с помощью освоенной технологии;
- обострение конкурентной борьбы, в которой предприятие оказалось недостаточно конкурентоспособным по технологическим причинам.

В целях успешного решения данных задач предприятие должно осознать необходимость комплексного, интегрального подхода к управлению технологическим развитием.

Таким образом, внедрение адекватной технологической политики предприятия и разработка эффективной стратегии технологического развития предприятия призваны обеспечить технологическую независимость предприятия, которая является одной из основных характеристик экономической безопасности. Основные риски для экономической безопасности связаны с «просчетами» в выборе и освоении тех или иных технологий. Исходя из этого становится актуальной задача разработки механизма оценки влияния новых технологий на уровень экономической безопасности предприятия.

УДК 330.322

О. А. Беспрозванных, аспирант, Национальный технический университет «ХПИ», Харьков

НЕОБХОДИМОСТЬ СОВМЕСТНОГО ФИНАНСИРОВАНИЯ ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ГОСУДАРСТВЕННЫМИ СТРУКТУРАМИ И КОММЕРЧЕСКИМИ БАНКАМИ

Сегодня необходимым условием роста экономики является развитие внутреннего спроса и переориентация промышленности на собственные нужды. Возрождение мощных отечественных предприятий, которые рассчитаны, в первую очередь, на развитие внутренней экономики и спроса, требует значительных финансовых затрат для введения инноваций.

Изучение различных источников и методов инвестирования инноваций, а также методов государственного и банковского участия в процессе инвестирования инновационной деятельности позволяет сделать вывод об их значительном многообразии. Однако не все они одинаково хорошо применимы для каждого инновационного проекта: все методы финансирования имеют свои преимущества и недостатки, а также ограничения по применению, с которыми вынуждена считаться фирма - инициатор инновационного проекта.

Предприятие, намеревающееся разработать и реализовать инновационный проект, вынуждено решать проблему выбора способа его финансирования, т.е. инвестирования инновации. Такой выбор не простой и однозначный вопрос, это задача со множеством условий и ограничений, налагаемых на ее решение.

Анализ публикаций таких авторов, как Бжилянская Л., Дамодаран А., Курнышева И., Меньшикова О., Попова Т., а также законодательной базы, затрагивающей вопросы выбора метода инвестирования, указал на существование большого числа различных источников и методов инвестирования инновационной деятельности, что позволяет выбрать для

каждой группы жизнеспособных инновационных проектов (выделенной по ряду признаков) один или несколько наиболее подходящих для них методов финансирования.

Однако Украина уже переживала инвестиционный кризис, да сейчас не наблюдается резкого подъема инвестиционной активности, особенно в области инноваций. Для решения данной проблемы необходимо развивать методы инвестирования. Развивать оперативно все методы инвестирования в рамках государства не представляется возможным, поскольку это потребует крупномасштабных и долговременных усилий законодательных, исполнительных органов власти, Национального банка Украины и различных министерств и ведомств и т.д. Все эти усилия должны быть хорошо скоординированы, их необходимо быстро и своевременно корректировать в целях достижения требуемого результата - расширения инвестирования инновационной деятельности в стране.

Таким образом, это очень длительный процесс, а развивать инновационную активность необходимо уже сегодня. Целенаправленное стимулирование одного из методов инвестирования тоже вряд ли даст необходимые результаты: развитие каждого метода сопряжено с целым комплексом других проблем, поэтому нельзя активизировать один источник, а тем более метод, финансирования, не затрагивая другие аспекты инвестиционной деятельности. Однако есть еще и третий путь выхода из создавшегося положения: для усиления процессов инвестирования в инновационную деятельность в приемлемые сроки необходимо объединение усилий различных рыночных субъектов.

Таким механизмом, стимулирующим всю сферу инвестирования и особенно в инновационную деятельность, может стать совместное участие государственных структур и коммерческих банков в деле инвестирования инновационных проектов.

Анализ работ таких авторов как Дубенецкий Я., Меркин Р., Шамис Л., Фишер П. и др. позволяет выделить побудительные причины взаимодействия государственных структур и кредитных учреждений, которые могут быть сгруппированы по субъектам, которые испытывают их влияние: это государство, предприятия-инициаторы инновационных проектов и коммерческие банки.

Основными причинами разработки метода совместного участия в инвестировании инновационных проектов бюджета развития и кредитных учреждений, можно назвать: для государства - необходимость подъема экономики, развития производства, обеспечения занятости и т.д.; ограниченность ресурсов государства; содействие региональному развитию; вероятность развития иждивенческого подхода получателей ресурсов, снижения их ответственности за результаты своей деятельности; для коммерческих банков - высокая рискованность финансирования; потребность в долгосрочном размещении кредитных ресурсов; наличие других более прибыльных сфер приложения капитала; для предприятий - инициаторов

инновационных проектов - высокие ставки банковского кредитования; относительно короткие сроки банковского финансирования; труднодоступность государственного финансирования; невозможность получения средств из других источников.

Общим для банков и предприятий нестабильность ситуации в стране, в результате которой есть вероятность усиления инфляционных процессов, и реальный доход от проекта может оказаться гораздо ниже планируемого или вообще весь уйдет на покрытие инфляции. Таким образом, инвестирование инновационной деятельности нуждается в защите от нестабильности экономической ситуации, что можно обеспечить только с помощью государства.

Потребность в организации совместного инвестирования инновационных проектов с участием государства и коммерческих банков возникает не случайно, это объективная необходимость, вызванная воздействием целого ряда факторов.

УДК 330:334

Велика К.В., асистент Одеського національного політехнічного університету, Одеса

ІННОВАЦІЙНА ІНФРАСТРУКТУРА ЯК ЧИННИК ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ

В умовах глобалізації світової економіки та посилення конкурентної боротьби на міжнародних ринках першочерговим завданням в нашій країні стає перехід на інноваційний шлях розвитку, який зумовлює необхідність розробки дієвих організаційно-економічних та фінансових механізмів для розробки та комерціалізації інновацій.

Проблемам інноваційного розвитку та факторам, що його забезпечують, присвячені роботи таких вчених, як: Амоша О.І., Антонюк В.П., Жилінська О.І., Йохна М.А., Поручник А.М., Стадник В.В та інших.

Фундаментальним фактором інноваційного розвитку є інноваційна інфраструктура, основним призначенням якої є сприяння в реалізації інноваційних проектів, комерціалізації результатів НДДКР та їх прискорене просування в сферу матеріального виробництва.

Інноваційна інфраструктура – сукупність підприємств, організацій, установ, їх об'єднань, асоціацій будь-якої форми власності, що надають послуги із забезпечення інноваційної діяльності (фінансові, консалтингові, маркетингові, інформаційно-комунікативні, юридичні, освітні тощо) [1].

Досвід розвинених країн свідчить, що в умовах глобальної конкуренції значні переваги мають країни з розвинутою та функціонально повною інноваційною інфраструктурою, яка припускає наявність в ній таких суб'єктів:

- бізнес-інкубатори, технопарки, технополіси, інноваційно-технологічні центри, а також малі інноваційні і венчурні підприємства;

- різноманітні консалтингові фірми по маркетингу наукомісткої продукції, сертифікації, стандартизації, інформаційній, юридичній підтримці, захисту та управлінню інтелектуальною власністю, трансферу технологій тощо;

- створення кластерів, взаємопов'язаних та взаємодіючих систем, що необхідні для забезпечення повного циклу інноваційного процесу.

В Національній доповіді НАН України «Новий курс: реформи в Україні 2010-2015» з метою забезпечення конкурентоспроможного інноваційного розвитку економіки України запропоновано використовувати засади публічно-приватного партнерства, яке передбачає формування інфраструктури інноваційної економіки шляхом [2]:

- створення мережі спеціалізованих організацій підтримки інновацій;
- стимулювання співробітництва бізнесу, університетів та науково-дослідних установ тощо.

В рамках розбудови національної інноваційної системи пропонується впровадження механізмів сприятливого фінансування та кредитування елементів інноваційної інфраструктури шляхом компенсації банківського відсотка учасникам технопарків за інноваційними проектами, часткової участі держави у прямому фінансуванні проектів технопарків за умови залучення приватного капіталу; прямої участі держави у створенні венчурних фондів; створення державної кредитної установи, що має надавати пільгові кредити для підприємств та окремих розробників, які здійснюють впровадження інноваційних розробок тощо.

На нашу думку, вище вказані заходи в сучасних економічних умовах реалізувати на практиці буде дуже важко із-за хронічного дефіциту державного бюджету та орієнтації банківського кредитування на низькоризикові проекти. Тому для побудови ефективної інноваційної інфраструктури необхідно переглянути підхід до її формування, переосмислюючи функції держави та інших учасників інноваційної системи в цьому процесі. В цьому контексті особливої актуальності набуває концепція «потрійної спіралі».

Поняття «потрійної спіралі» (Triple Helix), яка складається з трьох елементів - університет – уряд – бізнес, - було введено Генрі Етцковічем та Лоемом Лідесдорффом в 2000 році. Університети створюють ідеї, уряд формує нормативну базу, бізнес забезпечує ресурсами. Висока ефективність та адаптивність к зовнішнім умовам в «потрійній спіралі» забезпечується завдяки інтеграції та взаємодії її елементів шляхом утворення регіональних кластерних та інших гібридних структур.

Центральну позицію в цій концепції займають університети, які окрім своєї функції створення знань все частіше виконують окремі функції бізнесу, створюючи на своїх базах спеціальні центри по комерціалізації інновацій та малі венчурні підприємства. У той же час держава втрачає домінуючий вплив на розвиток інноваційних процесів, поступаючись при цьому бізнесу [3].

На нашу думку, дуже цікавою є технологія застосування «потрійної спіралі» в Росії. Це так звана бізнес-модель START- парку, в основі якої полягає принцип створення класичного технопарку, в результаті функціонування якого формуються умови для запуску START-UPів. Діяльність START- парку орієнтована на розробку та комерціалізацію інновацій, а також на «копіювання» та доробку зарубіжних ідей. Основною особливістю даної моделі є відмова від обов'язкового територіального об'єднання учасників START- парку в єдиному комплексі споруд, та поєднання їх на базі єдиного віртуального центру.

Використовуючи російську бізнес-модель START- парку, для розвитку вітчизняної інноваційної інфраструктури ми пропонуємо створення віртуальної мережі (асоціації) START- парків, які розташовуватимуться в промислово розвинених містах України на базі провідних політехнічних університетів без обов'язкового поєднання елементів мережі на єдиній території. Основні умови створення та принципи функціонування даної асоціації викладено в моїй статті «Інноваційна інфраструктура крізь призму «потрійної спіралі».

Список літератури: 1. Закон України «Про інноваційну діяльність» від 04.07.2002 №40-IV [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/40-15>. 2. Новий курс: реформи в Україні 2010-2015. Національна доповідь / за заг. ред.. В.М. Гейця [та ін.] [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.nbuv.gov.ua/books/2010/10nandop/index.html>. 3. Н.І. Галан. Японські університети у «потрійній спіралі»: приклад Тохоку // Журнал «Наука та інновації», 2010, Т.6, №3 – с.55-65.

УДК 339.13 : 620.95 : 633.85 (477)

В.В. Галанець, доцент, к. н. держ. Управ. Львівський регіональний інститут державного управління Національної академії державного управління при Президентові України

СТАНОВЛЕННЯ РИНКУ БІОПАЛИВА В УКРАЇНІ

Проблема, яка турбує сьогодні все світове суспільство полягає в тому, що від природних запасів нафти нині залежить добробут всієї світової цивілізації. Якщо ще довго не буде запропонована альтернатива нафті, то у світовій економіці створиться безвихідна ситуація.

За прогнозами вчених, в найближчі часи видобуток нафти скоротиться на 30-40%, і потреби в ній зростуть на 60% [1].

Великі надії покладаються на аграрне виробництво, на олійні технічні культури: озимий і ярий ріпак, соняшник, льон, інші, які можуть бути альтернативою нафті.

Наукою пропонуються замкнутий цикл обміну, споживання та відтворення енергії завдяки фотосинтезу.

Стрімкими темпами ринок біопалива вже розвивається в США, Канаді, Бразилії, країнах ЄС, інших, але в цілому цей розвиток не співвідноситься з

його значенням для людства. У багатьох регіонах, у тому числі і в Україні ще не створені умови для впровадження і розвитку таких інновацій. Існують перешкоди, які потрібно долати.

В Україні наявні всі природно-економічні умови для виробництва та реалізації біопалива: земельні ресурси, науковий, технічний і кадровий потенціал, працюють не на повну потужність близько сотні спиртзаводів. Олієжирові комбінати можуть переробляти 7,5 млн. т. насіння олійних культур.

За умови проведення грамотної економічної політики і задіяння існуючих "зайвих" спиртових, олієвих комбінатів внутрішній ринок біоетанолу і біодизелю може сягати до 1200 тис. т. на рік замість 10-15% бензинів, що споживаються в Україні [2].

Аналіз результатів наукових досліджень і вивчення досвіду розвинутих країн дає змогу встановити, що одним із найбільш ефективних варіантів забезпечення аграрних підприємств енергетичними ресурсами є виготовлення біодизельного палива з насіння озимого ріпаку, яке містить 38-50% рослинної олії.

Розвиток процесів виробництва та споживання біодизельного палива є пріоритетним інноваційним напрямом забезпечення енергетичної безпеки як аграрного сектору, так і національної економіки в цілому.

Таблиця 1- Основні показники виробництва і реалізації біодизельного палива та побічних продуктів заводом із річним виходом біодизеля 50 тис.т.

Показник	Біодизель	Ізолят білка (протеїн)	Гліцерин	Електро-енергія
Річний обсяг виробництва і реалізації	50000	5000	4000	93960 МВт год
Ціна за одиницю продукції, дол. США/т	983	3675	120	204 дол. США/МВт год
Валовий дохід, млн. дол. США	49,15	18,38	0,48	19,17
ПДВ, млн. дол. США	9,83	3,68	0,10	3,83
Виробничі витрати, млн. дол. США	34,30	14,00	0,11	5,50
Прибуток, млн. дол. США	5,02	0,70	0,27	9,84
Податок на прибуток, млн. дол. США	1,26	0,18	0,07	2,46
Прибуток після сплати податків, млн. дол. США	3,76	0,52	0,20	7,38
Загальний річний прибуток, млн. дол. США	11,86			

*Джерело: Розраховано автором за даними ТОВ "Український союз виробників біопалива"

**Розрахунки станом на вересень 2010 р.

За розрахунками вітчизняних науковців обсяг використання біодизеля в Україні у 2011 році становив 583 тис. т., а у 2020 році забезпечить економію в розмірі 3,2-4,0 млрд. грн. порівняно з використанням мінеральних видів палива [3].

Згідно з вимогами "Програми розвитку виробництва дизельного біопалива" за період 2007-2010 років в Україні передбачалося спорудження щонайменше 20 заводів продуктивністю 5-100 тис. т. загальною потужністю не менше 623 тис. біопалива на рік [6]. Разом з тим встановлено, що нині в Україні виробництво біодизельного палива у промислових масштабах фактично відсутнє.

Вивчення технічних умов спорудження заводу з річним виходом біодизеля 50 тис. т. виявило, що, крім виготовлення біодизельного палива, завод забезпечуватиме виробництво ряду цінних побічних продуктів і електроенергії.

Реалізація електроенергії біодизельним заводом є економічно вигідною, оскільки може здійснюватися за "зеленим" тарифом, що являє собою механізм, спрямований на заохочення генерації електроенергії об'єктами відновлюваної енергетики.

Основні показники виробництва і реалізації біодизельного палива та побічних продуктів заводом із річним виходом біодизеля 50 тис.т. в рік публікується в статті Т.Г.Ігнат'євої з Білоцерківського національного аграрного університету "Виробництво і споживання біодизеля в аграрних підприємствах". Економіка АПК 2011 №4 с.37.

Крім цього дослідженнями встановлено, що термін окупності витрат на реалізацію проектів із введення в експлуатацію потужностей з виробництва біодизеля не залежить від форми фінансування і не перевищує 4 років [7].

Крім досягнення значного рівня прибутковості, виробництв і споживання біодизеля є перспективними з погляду можливостей одержання ряду соціально-економічних та суспільних ефектів. Зокрема, виготовлення і споживання порівняно дешевого біодизельного палива та побічних продуктів його виробництва, якість яких відповідає світовим стандартам, не лише уможливить ефективно задовольнити різноманітні потреби аграрних підприємств, а й сприятиме зміцненню енергетичної та продовольчої безпеки України.

Література: 1.Калетник Г.М. Розвиток ринку біопалива в Україні. –К.: Аграрна наука. 2008. –с.461. 2. Кравченко І.П. Перспективи створення в Україні підприємств із виробництва дизельного біопалива // Матеріали ІХ міжнародної наук.-практ. конф. смт. Миколаївка АР Крим України 15-16 вересня 2008 р. – Режим доступу до ресурсу: <http://www.ive.org.ua/conference>. 3. Шпичак О.М. Проблема продовольчої безпеки та біопалива. Науковий вісник Національного університету біоресурсів і природокористування України. Зб. наук. Праць. –К.: НУБПУ №141. –с.19. 4. Калетник Г.М. Економіка виробництва біопалива в Україні та забезпечення продовольчої безпеки. 5. Програма розвитку виробництва дизельного біопалива. Постанова Кабінету Міністрів Ікраїни від 22 грудня 2006 р. №1774. – Режим доступу до ресурсу: <http://www.minagro.gov>. 6. Ігнат'єва Т.Г. Виробництво і споживання біодизеля в аграрних підприємствах України // Економіка АПК 2011. №4 с.33.

П.В. Герасименко, д.т.н, профессор, Петербургский государственный университет путей сообщения, Санкт-Петербург

МЕТОДИКА УПРАВЛЕНИЯ РИСКАМИ ПРИ РЕАЛИЗАЦИИ ИНВЕСТИЦИОННЫХ ПРОЕКТОВ ПРЕДПРИЯТИЙ

Некоторые предприятия, оснащённые современной техникой и новыми технологиями производства, направляют инвестиции на расширение собственных производственных мощностей и привлечение дополнительной рабочей силы. При этом предполагается, что рост объема производства будет происходить, по крайней мере, пропорционально выделяемым инвестициям.

В этой ситуации возникает задача рационального распределения выделяемых средств на увеличение трудовых ресурсов и материально-технической базы без большого риска снижения пропорционально росту объема производства.

Как известно для риска не существует устоявшегося единого понятия. Иногда его связывают с принятием управленческого решения, результатом которого возможен негативный исход. В основе метода определения показателя риска в основном служит аппарат теории вероятностей и математической статистики.

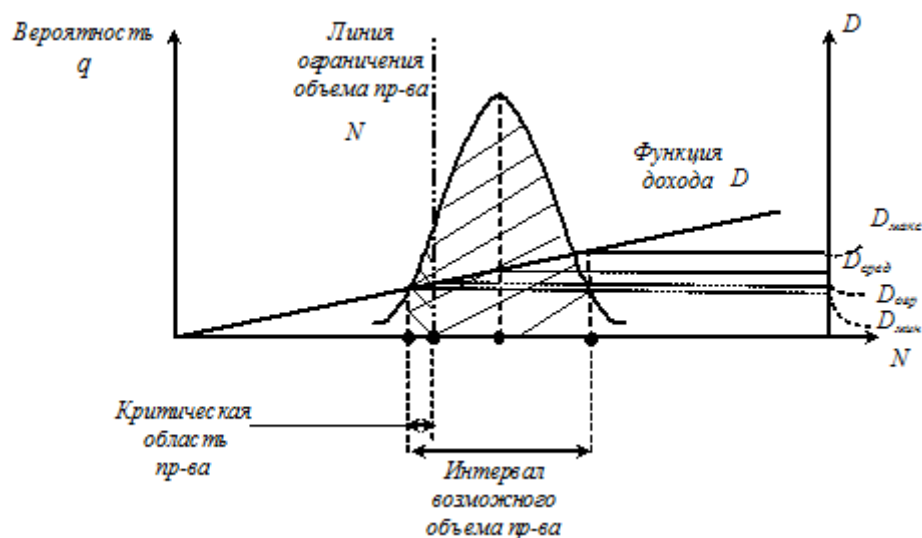
Поэтому часто, если не в основном, определяют риск как вероятность. Вместе с тем вероятность является количественной характеристикой уровня (степени) риска.

В работе вводится обобщение понятия риска при принятии субъектом решения на функционирование объекта. Под риском понимается неуверенность субъекта (физического или юридического лица) в результатах достижения цели объектом (системой), т.е. субъект понимает возможность наступление неблагоприятных событий, которые влекут за собой различного рода потери.

Предполагается, что функционирование объекта будет происходить в определенных условиях с определенными его свойствами. Эта информация, практически всегда, не является полной.

Под потерями следует понимать получение физической травмы, потери имущества, получение дохода ниже желаемого уровня т.п. Понимание может быть как осознанное в результате прогнозного расчета, так и интуитивное, базирующееся на основе определенного рода предположениях.

Субъект при осознанном риске должен знать как множество всех событий, возникающих в результате функционирования объекта (системы), так и подмножество неблагоприятных событий, которые могут привести к потерям. Другими словами субъект должен знать область возможных событий, а, соответственно, область изменения параметров функционирования объекта и критическую подобласть нежелательных событий (нежелательных значений параметров).



На рисунке в качестве результирующего показателя функционирования предприятия принят объем производимой продукции N . На графике представлены интервал возможного объема производства и критическая область, т.е. интервал не желаемого объема производства. Доход принят в виде линейной зависимости от объема производимой продукции. В работе риск предлагается измерять с помощью коэффициента риска. Под коэффициентом риска понимается отношение взвешенной доли возможного отклонения результирующего показателя (дохода) к средневзвешенному значению этого показателя. При этом, вероятность достижения объектом значений результирующего показателя в пределах доверительного интервала вычисляется по усеченному нормальному закону распределения.

Очевидно, что распределение инвестиций между трудом и капиталом можно осуществить с помощью математической модели в виде производственной функции, построенной на основе статистических данных показателей объема производства и ресурсов (капитала и труда), выраженных в денежной форме. В качестве исходных данных для построения производственной функции должны выступать опытные данные (выборка статистических данных).

В предлагаемой методике объем производимой продукции (результирующий показатель) является случайной величиной. Капитал и выступают ресурсами (факторами), от которых зависит экономический процесс. Они принимаются неслучайными величинами.

Основными этапами реализации методики являются: линеаризация производственной функции и построение линейной производственной функции, путем оценки ее коэффициентов; проверка качества производственной функции с помощью коэффициента детерминации и статистической надежности ее; точечная и интервальная оценки прогнозного объема производства по заданным инвестируемым ресурсам; оценка риска не достижения прогнозного объема производства.

Предложенная методика позволяет, изменяя соотношение между стоимостью материально-технической базы и оплатой труда работников предприятия, добиваться минимального значения риска не достижения желаемого объема производства.

УДК 332.14:330

О.Г. Гленбоцкая, соискатель, ТНУ им. В.И. Вернадского, Симферополь

УПРАВЛЕНИЕ ИННОВАЦИОННЫМ РАЗВИТИЕМ ТУРИСТИЧЕСКОГО РЕГИОНА

Экономический рост может разрушаться как бездействием, так и недостаточным пониманием необходимых шагов. Экономическому обновлению противодействуют мощные силы, возникающие как из устаревших взглядов на конкурентоспособность, так и из устоявшихся интересов, формируемых на основе существующей ситуации. В исследованиях развития инновационной деятельности выделяются следующие моменты: производственные связи в развитии инновационной деятельности являются результатом и формой проявления отраслевого и территориального разделения труда, обобществления производства [1, 3, 5]; концентрация общей интеграционной структуры не отрицает целесообразности изучения частных структур, но указывает на взаимодополняемость получаемых при этом результатов [1, 2, 4]; 3) функционально-территориальная система как наиболее упорядоченная структура является определяющим звеном развития инновационной деятельности на уровне региональной экономики [3, 5, 6]. Несмотря на существующие исследования, вопросы инновационного развития региона требуют дальнейшего развития.

Развитие инновационного процесса требует выполнения следующих условий: правовая база, обеспечивающая государственную поддержку субъектов инновационной деятельности; развитие инновационной инфраструктуры; использование механизмов выявления потребностей экономики страны в инновациях; понимание обществом значимости инноваций; благоприятный инвестиционный климат и экономические стимулы.

К основным задачам создания региональной инфраструктуры инновационной деятельности целесообразно отнести: создание необходимых предпосылок для быстрого и эффективного создания, внедрения инноваций во всех отраслевых структурах региона, обеспечение соответствующей структурно-технической настройки механизмов инновационного взаимодействия; сохранение и развитие стратегического научно-технического потенциала в приоритетных направлениях развития региона; создание материальных условий для развития кадрового потенциала науки и техники.

Инновационное развитие региона можно представить, как комплексный процесс устойчивого развития его политической, экономической,

экологической, социальной, пространственной, духовной сфер, которое приводит к качественным преобразованиям, повышению уровня жизни.

Достижение поставленной цели и сформированных задач будет обеспечено путем реализации следующих приоритетных направлений: определение региональных приоритетов развития инновационной деятельности с учетом накопленного научно-инновационного потенциала, экономических реалий и потребностей территорий в обновлении хозяйственного комплекса и повышении конкурентоспособности его продукции; привлечение государственных средств в интересах инновационного развития региона, в том числе за счет разработки региональных программ развития инновационной деятельности; создание условий для формирования объектов инновационной инфраструктуры региона и ее развитие; создание условий для стимулирования инвестиционной деятельности, привлечения инвестиционных ресурсов в инновационные проекты региона; организация мониторинга за состоянием инновационных процессов на территории региона в целях координации развития региональных инновационных систем и оказания их формированию оперативной и действенной поддержки; формирование регионального хозяйственного механизма, регулирующего социально-экономическое развитие, в том числе природопользование и антропогенное воздействие на окружающую среду; осуществление мер по развитию социальной инфраструктуры, оздоровлению населения, обеспечению санитарно-эпидемиологического благополучия; развитие депрессивных территорий, сельской местности на основе экологически прогрессивных технологий, адаптированных к местным условиям; реконструкция отраслей региона с учетом межотраслевой кооперации, хозяйственной емкости локальных экосистем.

Преимущественное использование совокупности инновационных факторов в развитии региональной экономики и составляет сущность перевода её на качественно новый уровень развития, позволяющий приобретать важнейшее свойство в рыночной экономике – экономическую устойчивость.

Выводы. Состояние экономической устойчивости как интегрированного свойства целостного хозяйственного механизма в значительной степени характеризует тип его развития. Исследования, выполненные в этой области, свидетельствуют, что важнейшими составляющими частями экономической устойчивости в современных условиях являются инновационная и инвестиционная активность, конкурентоспособность продукции и производства. Динамика инновационного развития в регионе определяется на основе совокупности факторов саморазвития и внешних факторов, сочетанием текущих задач с формированием предпосылок, приоритетных направлений, мероприятий развития региона в перспективе.

Список литературы: 1. Шумпетер Й.А. Теория экономического развития / Й.А.Шумпетер; [пер. с англ.]. – М.: Прогресс, 1982. – 453 с. 2. Основы инновационного менеджмента: Теория и практика. / Под ред. П.Н. Завлина. – М.: ОАО "НПО "Издательство "Экономика", 2000 – 475 с. 3. Муйжель Я. Перестройка системы государственных предприятий / Я.Муйжель //

Вопр. экономики. – 1994. – № 8. – С.85-87. 4. Голова И. М, Суховой А. Ф. Трансформация отраслевой науки региона в контексте формирования отечественной инновационной системы / И. М. Голова, А. Ф. Суховой. – Екатеринбург: Ин-т экономики Урал. отд-ния РАН, 2004. – 43 с. 5. Балабанов И.Т. Инновационный менеджмент / И.Т. Балабанов. – СПб.: Питер, 2001 – 304 с. 6. Санто Б. Инновация как средство экономического развития. Пер. с венгр. / Б.Санто. – М.: Прогресс. 1990. – С.83.

УДК 330.34:116

Н. В. Гонтовая, старший преподаватель, аспирант, Донбасский государственный технический университет, Алчевск

ПРОБЛЕМЫ ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИЯТИЙ И НАПРАВЛЕНИЯ ИХ РАЗРЕШЕНИЯ

За последние годы постоянно растет количество научных исследований, направленных на выявление и устранение причин, которые сдерживают развитие инновационных процессов. Основной проблемой перехода предприятий на инновационную модель развития является действие механизма сопротивления инновациям. Объективный характер механизма сопротивления инновациям вытекает из всеобщих диалектических законов движения и развития природы, общества в целом, человека и, как следствие, – всех процессов, которые связаны с его деятельностью. С точки зрения законов диалектики основу любого развития составляет процесс становления, роста, обострения и разрешения множества *противоречий*, поскольку именно противоречия являются источником и движущей силой всякого развития. А сам процесс развития как философская категория предполагает возможность таких качественных изменений, в ходе которых появляется нечто принципиально новое (в современной терминологии – инновационное) по сравнению с прошлыми формами движущейся материи. В данном контексте актуальным является вопрос изучения противоречий инновационного развития предприятий, а также поиск возможных направлений их разрешения.

В результате анализа факторов, которые сдерживают темпы инновационного развития отечественных предприятий, нами были выявлены следующие противоречия, присущие инновационным процессам.

1. Фундаментальное противоречие инновационного процесса заключается в том, что достаточно сложно (а иногда принципиально невозможно) обосновать целесообразность большинства инновационных идей на начальном этапе их развития. Проблема в том, что с одной стороны, – инновации имеют свойство существенно опережать свое время, а значит не всегда прогрессивные идеи доступны для понимания субъектам, которые осуществляют формальную экспертизу новшеств на предмет целесообразности их дальнейшего продвижения и последующего внедрения, а с другой стороны, – для развития новаторских идей, для их опытной проверки и доведения до уровня внедрения

необходимы соответствующие ресурсы, которые невозможно привлечь без аргументированного обоснования целесообразности тех или иных инноваций.

2. Противоречие, которое присуще самой природе творческого процесса. В контексте инновационной деятельности творческий процесс является источником противоречия между разными поколениями научных знаний, технологий, техники, опыта, способов и механизмов организации производственных процессов и пр.

3. Противоречие, связанное с характером владения интеллектуальной собственностью, а именно: необходимость раскрыть содержание технического предложения заказчику или эксперту до того, как оно зарегистрировано или оплачено.

4. Противоречия, которые являются следствием общемировых тенденций в отношениях между участниками интеграционных процессов, обусловленных глобализацией инновационных процессов. В основе данной группы противоречий лежит нарушение принципов паритетности возможностей и баланса интересов субъектов инновационной деятельности, взаимодействующих друг с другом за пределами национальных инновационных систем.

5. Противоречия, связанные с проявлением внешних эффектов (экологических, геополитических, социальных, морально-этических, нравственных и пр.), которые являются следствием освоения обществом достижений научно-технического прогресса.

6. Противоречия, обусловленные особенностями современного этапа социально-экономического развития страны в целом, которые проявляются в несоответствии между поставленными целями инновационного развития и реальным состоянием инновационной сферы.

7. Противоречие между предложением инноваций и спросом на инновации. В основе данного противоречия лежит несоответствие между возможностями производственной системы осваивать инновации и способностью рынка к восприятию инноваций.

8. Противоречия, которые формируются на уровне предприятия и обусловлены проблемами материально-технического и финансового характера, организационно-управленческими проблемами, а также проблемами социально-психологического характера.

Практически все факторы, которые образуют ту или иную группу указанных противоречий, взаимосвязаны и взаимообусловлены, а значит, представляют собой сложную цепочку причин и следствий с множеством обратных связей. Поэтому можно предположить, что для разрешения всего комплекса противоречий инновационных процессов необходимо установить "точку отсчета" – то есть определить *базовое противоречие* и устранить *ключевые проблемы*, которые лежат в его основе. С нашей точки зрения, среди множества представленных выше противоречий инновационных процессов в качестве такой "точки отсчета" (базового противоречия) следует принять *противоречия, формирующиеся на уровне предприятий*, а ключевым фактором

по данной группе противоречий, по нашему мнению, является *низкий уровень адаптированности* отечественных предприятий к инновациям. Повышение уровня адаптированности предприятий к инновациям придаст необходимый импульс процессу разрешения всех прочих противоречий, которые лежат в основе механизма сопротивления инновациям, и тем самым станет своего рода "локомотивом" для выхода отечественных предприятий на траекторию инновационного развития.

Таким образом, исследование механизмов адаптации предприятий к инновациям представляется нам актуальной и важной задачей в контексте разрешения противоречий инновационного развития предприятий, а повышение уровня адаптированности предприятий к инновационному развитию следует рассматривать как ключевой фактор стимулирования их инновационной активности.

УДК 330.322.2

О.Ф. Грищенко, аспірант, Сумський державний університет, Суми

ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ІННОВАЦІЙНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА В УКРАЇНІ²

Сучасна ринкова економіка характеризується динамічністю і нестабільністю процесів, що відбуваються на ринку [2, с. 449]. Формування економічно обґрунтованої інноваційної політики та розвиток інноваційного підприємництва стають дедалі актуальнішими, особливо в умовах стрімкого поширення глобалізаційних процесів та усвідомлення позитивної ролі інновацій для країн з різним рівнем економічного розвитку. За таких умов підвищення інноваційної активності підприємств стає основою здійснення підприємницької діяльності, що дозволяє ефективно співпрацювати та конкурувати як на рівні окремої країни, так і на світовому ринку. Підтверджуючи попередній тезис, Біловодська О.А. зауважує, що економіка багатьох країн, які здійснили потужний ривок і набули статусу світових лідерів, сьогодні будується, у першу чергу, на реалізації наукових досягнень [3, с. 30].

Спираючись на дослідження [7], можна стверджувати, що причини, які спонукають вітчизняні промислові підприємства здійснювати інноваційну діяльність, в основному носять маркетинговий характер: збільшення (утримання) частки на ринках збуту, вихід на нові ринки збуту всередині країни, урізноманітнення асортименту продукції, краще задоволення запитів споживачів тощо. Все це звертає увагу дослідників на те, що в сучасних умовах концепція інноваційного маркетингу стає провідною концепцією ведення

² Робота виконувалася за рахунок бюджетних коштів МОНмолодьспорт України, наданих на виконання науково-дослідної роботи на тему «Розроблення механізму впровадження екологічних інновацій» (№ держ. реєстр. 0112U001378)

бізнесу, а маркетингові інноваційні рішення розглядаються як головний засіб реалізації підприємствами даної концепції.

Державною службою статистики України регулярно проводиться опитування керівників промислових підприємств щодо визначення причин низької інноваційної активності. Нажаль, зміну впливу чинників, що перешкоджали здійсненню інноваційної діяльності, важко простежити в динаміці, оскільки методика опитування постійно змінювалась, тому маємо змогу лише виявити найбільш проблемні аспекти інноваційної діяльності промислових підприємств України.

Отже, використовуючи отримані дані офіційної статистики [1; 4; 5] та результати національної доповіді «Про стан та перспективи розвитку підприємництва в Україні» [6], маємо можливість виокремити основні проблеми інноваційної сфери та визначити перелік причин, що сповільнюють розвиток інноваційного підприємництва та підприємницької конкуренції в Україні:

- 1) недосконалість законодавчої та інституційної бази розвитку інноваційного підприємництва;
- 2) невідповідність наявних джерел та обсягів фінансування науки, освіти, наукових фундаментальних і прикладних досліджень потребам інноваційного розвитку;
- 3) відсутність ефективної системи стимулювання бізнесменів до роботи на ринку високих технологій;
- 4) недосконалість механізмів економічної та моральної мотивації винахідництва;
- 5) низька активність використання об'єктів інтелектуальної власності у секторі малого та середнього підприємництва, недооцінка підприємствами інтелектуального капіталу, що призводить до спрямування ресурсів фінансової сфери на інвестування підприємств «старопромислових галузей», а не до інноваційно активних підприємств чи науково-дослідних розробок;
- 6) нерозвиненість економічного механізму управління інноваційною діяльністю;
- 7) низький рівень інформаційного забезпечення інноваційної діяльності;
- 8) високий рівень ризику інноваційного підприємництва та відсутність розвинуеного венчурного підприємництва;
- 9) несприйнятливість підприємств до нововведень.

Подальші дослідження будуть направлені на пошук можливих шляхів та визначення заходів з підвищення ефективності та результативності інноваційного підприємництва в Україні.

Література: 1. Захарін С.В. Інноваційна активність промислових підприємств / С.В. Захарін // Економіка і прогнозування : науково-аналітичний журнал. – 2006. - № 3. – С. 80-98. 2. Маркетинг: бакалаврський курс: Навчальний посібник / За загальною редакцією д.е.н., проф. С.М. Ілляшенка. – Суми: ВТД «Університетська книга», 2004. – 976 с. 3. Механізм стратегічного управління інноваційним розвитком : монографія / за заг. ред. О.А. Біловодської. – Суми : Університетська книга, 2010. – 432 с.. 4. Наукова та інноваційна

діяльність в Україні 2007. Статистичний збірник / за ред. Н.С.Власенко. – К.: ДП «Інформаційно-видавничий центр Держкомстату України». – 2008. – 361 с. 5. Обстеження інноваційної діяльності в економіці України за період 2008–2010 років (за міжнародною методологією) [Електронний ресурс] // Режим доступу: www.ukrstat.gov.ua/druk/katalog/nauka_in/inn_2010.zip. 6. Про стан та перспективи розвитку підприємництва в Україні: Національна доповідь / К.О. Ващенко, З.С. Варналій, В.Є. Воротін, В.М. Геєць, Е.М. Кужель О.В., Лібанова та ін. – К., Держкомпідприємство, 2008. – 226 с. 7. Пугачова М.В. Оцінка інвестиційної та інноваційної діяльності промислових підприємств України на базі показників кон'юнктурних обстежень / М.В. Пугачова // Наукові праці ДонНТУ. Серія: економічна. – 2006. – Випуск 30 – С. 140 - 146

УДК 339.92

О. І. Гулий, студент Інституту міжнародних відносин Київського національного університету імені Т.Г. Шевченка

ТНК І ІНТЕРНАЦІОНАЛІЗАЦІЯ НДДКР

Інноваційна діяльність є життєво важливою для економічного зростання і розвитку. Для забезпечення сталого економічного розвитку недостатньо просто «відчинити двері» і чекати, коли в них стануть надходити нові технології. Із зростанням наукоємності виробництва зростає потреба в розвитку технологічного потенціалу.

Науково-дослідні і дослідно-конструкторські роботи (НДДКР) є одним з найважливіших джерел новаторства. НДДКР можуть набувати різних форм: фундаментальні дослідження, прикладні дослідження, а також розробка товарів і процесів.

Важливим напрямом діяльності ТНК на сучасному етапі є інтернаціоналізація НДДКР. Коли компанія розширює свою міжнародну діяльність, їй необхідно адаптувати технології до місцевих потреб і успішно реалізовувати свою продукцію на ринках приймаючих країн. У багатьох випадках для цього необхідна інтернаціоналізація НДДКР.

Процес інтернаціоналізації НДДКР на сучасному етапі має ряд особливостей. ТНК виносять за межі розвинутих країн такі НДДКР, які виходять за межі адаптації до умов місцевих ринків. В деяких країнах, що розвиваються, країнах Південно-Східної Європи і СНД ТНК все частіше орієнтують свої НДДКР на глобальні ринки, інтегруючи їх в ключові напрямки своєї інноваційної діяльності. [1]

З точки зору приймаючих країн інтернаціоналізація НДДКР відкриває можливості не тільки для передачі технологій, створених в інших країнах, але й для їх розробки. Це може дозволити приймаючим країнам зміцнити свій технологічний і інноваційний потенціал. В той же час це може посилити відставання тих, хто не зміг влитися в глобальну інноваційну систему.

На частку ТНК припадає майже половина глобальних витрат на НДДКР і не менше двох третіх комерційних витрат на дослідження і розробки. Витрати

на НДДКР деяких крупних ТНК набагато перевищують відповідні витрати багатьох країн. [2]

Частка приймаючих країн, що розвиваються в глобальних системах НДДКР ТНК зростає, хоча і не рівномірно. Більша частина таких НДДКР проводиться лише в окремих країнах. Найбільш динамічно в цьому відношенні виглядають країни Азії, що розвиваються.

Ще однією новою і досить помітною тенденцією, характерною для інтернаціоналізації НДДКР, є зародження і швидкий розвиток НДДКР, що проводяться за кордоном ТНК з країн, що розвиваються. В основі цієї тенденції лежить необхідність отримання доступу до передових технологій і адаптації товарів до вимог найважливіших експортних ринків. Деякі з цих компаній приваблює база знань розвинутих країн, в той час як інші створюють підрозділи для проведення НДДКР в країнах, що розвиваються. [3]

ТНК виконують за кордоном різні види НДДКР. Іноземні філіали ТНК можуть проводити адаптивні НДДКР, починаючи від базових допоміжних виробничих процесів і закінчуючи модифікацією і удосконаленням імпортованих технологій. Інноваційні НДДКР пов'язані з розробкою нових товарів або процесів для місцевого, регіонального і глобального ринків. Відділи технологічного моніторингу створюються для того, щоб спостерігати за розвитком технологій на закордонних ринках і вчитися у провідних новаторських підприємств і клієнтів.

Хоча кількісно оцінити масштаби НДДКР кожного з видів досить складно, дані по приймаючим країнам, що розвиваються свідчать про те, що в Азії переважають інноваційні НДДКР, орієнтовані на міжнародні ринки. Дослідження і розробки, що проводяться в таких азійських країнах, як Китай, Індія, Республіка Корея і провінція Китаю Тайвань, набувають все більшого значення в глобальних системах НДДКР ТНК. Серед прикладів можна навести створення компанією «Тойота» Азіатсько-Тихоокеанського технічного центру в Таїланді, мережі НДДКР компанією «Моторола» в Китаї і глобального дослідницького центру компанією «Майкрософт» в Бангалорі (Індія).

Необхідність адаптувати товари і процеси до потреб ключових ринків приймаючих країн завжди була для ТНК важливим мотивом для інтернаціоналізації НДДКР. У ТНК існує потреба у використанні можливостей закордонних центрів знань для отримання нових технологій, найму найбільш кваліфікованих спеціалістів і контролю за діяльністю конкурентів. В той же час, швидкий розвиток НДДКР, що проводяться ТНК в окремих приймаючих країнах, що розвиваються, пояснюється також прагненням знизити витрати і використати кадрові ресурси цих країн. Цей процес можна розглядати як наступний логічний етап глобалізації виробничої кооперації ТНК. [4]

Інтернаціоналізація НДДКР сприяє удосконаленню інформаційно-комунікаційних технологій та зниженню пов'язаних з ними витрат і появі нових методів дослідницької діяльності.

Існує ряд фундаментальних причин для збереження тенденції до інтернаціоналізації НДДКР. По-перше, компанії будуть і в подальшому

стикатися з гострою конкуренцією, яка спонукає їх активно займатися новаторством. По-друге, для підвищення гнучкості НДДКР в умовах швидкого технічного прогресу потребується велика кількість дослідницьких кадрів, які спеціалізуються в різних сферах, а також організації НДДКР в тих місцях, де такі кадри вже є. По-третє, старіння населення в багатьох розвинутих країнах призведе до нестачі спеціалістів, що мають спеціалізовані сучасні професійні навички, що змусить ТНК шукати нові таланти в інших країнах.

Список використаних джерел: 1. Anna Zorska. Globalization of innovation activity by transnational corporations//Perspectives of innovations, economics and business, 2010, vol.04, issue 1. 2. UN-UNCTAD, 2005. World Investment Report 2005. Transnational corporations and the internationalization of R&D, UN-UNCTAD, New York - Geneva. 3. UN-UNCTAD, 2009. World Investment Report 2009. Transnational corporations, agricultural production and development, UN-UNCTAD, New York – Geneva. 4. Nohria, N., Ghoshal, S., 1997. The differentiated network. Organizing multinational corporations for value creation, Jossey-Bass Publishers, San Francisco.

УДК 658.339.138

Р.А. Гусейнов, Национальный научный центр «Харьковский физико-технический институт», Харьков

С.Г. Пугач, Национальный научный центр «Харьковский физико-технический институт», Харьков

КОММЕРЦИАЛИЗАЦИЯ НАУЧНО-ТЕХНОЛОГИЧЕСКИХ РАБОТ: ОПЫТ США И ЕВРОПЫ В СРАВНЕНИИ С ННЦ ХФТИ

Коммерциализация технологий принята развитыми странами, как основной фундамент глобальной конкурентоспособности, поэтому прилагаются значительные усилия для поддержки и развития производства знаний, высоких технологий и инноваций в различных областях деятельности. Одним из основных двигателей развития инноваций является научная деятельность, как база для развития знаний и создания высоких технологий.

В 2008 году в Национальном научном центре «Харьковский физико-технический институт» (ННЦ ХФТИ), согласно распоряжению Национальной академии наук Украины, было создано подразделение по вопросам трансфера технологий, инновационной деятельности и интеллектуальной собственности – «ТИДИС» ННЦ ХФТИ, в состав которого вошли два подразделения научного центра: лаборатория патентных исследований (1971 г.) и сектор коммерциализации (2006 г.).

В статье предлагается взгляд на ключевые этапы, которые определяют эффективность коммерциализации результатов научно – исследовательской деятельности на основе опыта по коммерциализации в украинских реалиях и

опыта европейских, американских офисов по коммерциализации, с которыми сотрудники подразделения имели возможность ознакомиться, принимая участие в мероприятиях по обмену опытом и стажировках.

Если проанализировать направления деятельности «ТИДИС» ННЦ ХФТИ и подобных отделов в институтах и университетах США и Европы, то на первый взгляд, направления деятельности абсолютно идентичны. Но тогда возникает вопрос, почему в Европе и США процесс коммерциализации намного успешнее, чем в Украине и в частности в ННЦ ХФТИ?

Посмотрим на отличия в операционных подходах к следующим этапам процесса коммерциализации:

- формирование и продвижение коммерческого предложения;
- защита прав на объекты интеллектуальной собственности (ОИС);
- получение выгод от результатов научно – исследовательской деятельности.

Формирование и продвижение коммерческого предложения основывается на деятельности по маркетинговым исследованиям, бизнес - планированию и рекламно - информационной поддержке. В Европе и США большая часть маркетинговых исследований осуществляется сторонними организациями при сотрудничестве с подразделениями по коммерциализации, тогда как само подразделение больше внимание концентрирует на бизнес планировании и рекламно - информационной поддержке. Т.е. усилия подразделения фокусируются в большей степени на продвижении коммерческого предложения, как деятельности, которая непосредственно связана с получением отклика от рынка, привлечением сторон, заинтересованных в коммерциализации разработки. К сожалению, в нашей практике все наоборот, основные ресурсы (время, персонал) расходуются на маркетинговые исследования, меньше на бизнес планирование и еще меньше на продвижение предложений.

Этап защиты прав на ОИС можно разделить на идентификацию объектов ИС и непосредственно обеспечение защиты прав на ОИС. В Европе и США работа по обеспечению защиты прав на ОИС ведется с привлечением сторонних специалистов, компаний, тогда как работа подразделения в большей мере сфокусирована на внутренних коммуникациях и идентификации объектов интеллектуальной собственности. Таким образом, подразделениям удастся проанализировать больше ОИС, в итоге это формирует внушительный портфель ОИС организации. Усредненная статистика относительно ОИС в университетах и исследовательских центрах Европы и США говорит о том, что 2% всех лицензий организации приносит 90% доходов, соответственно, 98% лицензий приносит лишь 10% дохода. Так же нужно учитывать, что часть ОИС не находят своего потребителя, поэтому для успешной коммерциализации разработок важны, как качество самих разработок, так и достаточный объем ОИС. В нашей практике, основные усилия направлены на обеспечение защиты прав на ОИС и в меньшей степени на идентификацию ОИС, что не позволяет более тщательно проанализировать потенциальный объем ОИС организации.

Основным результатом деятельности подразделений является получение выгод от использования ОИС. В практике развитых стран используются следующие источники для получения выгод:

- лицензирование;
- создание Start – up компаний;
- привлечение инвестиций для создания новых ОИС на основе знаний и существующих ОИС организации.

Все три источника зависят от полноты внешних коммуникаций по презентациям коммерческих предложений, основанных на ОИС. Как правило, фокус работы подразделений в Европе и США сосредоточен на малом и среднем бизнесе (SME), исследовательских потребностях больших компаний и в меньшей степени на работе различных фондов и организаций, которые оказывают поддержку в виде грантов. В нашей практике, в большей степени внимание уделяется работе с грантовыми структурами и в меньшей степени работе со SME и крупными компаниями.

Почему, зная о том, как успешно работают примеры европейских и американских подразделений, этот опыт с трудом накладывается на наши операционные подходы к деятельности по коммерциализации? Причины этого определяются внутренними организационными условиями и условиями внешней среды. Поскольку внутренние организационные условия отличаются от компании к компании, то логично провести сравнение операционных подходов через призму условий внешней среды, которые являются общими для компаний, вовлеченных в коммерциализацию научных разработок.

Государство и поддержка инновационной деятельности.

В развитых странах существуют мощные программы по поддержке коммерциализации, которые направлены на финансирование подразделений по коммерциализации, финансирование проблемных этапов коммерциализации (патентование, 'proof of concept'), финансирование на создание start-up компаний. В Украине пока не существует поддержки инновационной деятельности в широких масштабах, которые бы охватывали научные, образовательные и другие организации, вовлеченные в создание и коммерциализацию разработок. Поэтому на этапах «формирования и продвижение коммерческого предложения», «защита прав на объекты интеллектуальной собственности» мы вынуждены отказываться от привлечения сторонних организаций и выполнять всю работу самостоятельно. Как следствие, ресурсы в большей степени расходуются на подготовительные этапы формирования коммерческих предложений, нежели на их продвижение. Кроме того, отсутствие финансирования привело к тому, что 99% патентов украинских научных организаций являются патентами Украины, которые сильно ограничивают возможности коммерциализации.

Состояние внутреннего рынка.

Не смотря на то, что научная деятельность и ее результаты применимы на глобальных рынках, огромную роль для развития коммерциализации имеет

спрос на внутреннем рынке. В США 90% патентов на промышленные разработки – это патенты США, которые находят своего потребителя на внутреннем рынке, в основном среди малых и средних компаний. Крупные компании инвестируют в исследования для создания новых продуктов и технологий. Естественно, что мощные экономики США, Европы привлекают инвесторов в гораздо большей степени, чем, например, рынок Украины. В условиях слабой украинской экономики, малый и средний бизнес практически не интересуется наукоемкими разработками, большинство крупных предприятий стараются решать свои научно-исследовательские задачи самостоятельно, либо приобретать уже готовые технологии и оборудование. Это объясняет тот факт, что усилия «ТИДИС» в большей степени направлены на работу с грантовыми организациями и на привлечение инвестиций в НИОКР, разработку новых ОИС при взаимодействии с программами и фондами развитых стран.

Таким образом, в условиях низкого внутреннего спроса на наукоемкую продукцию и низкого уровня государственной поддержки инновационного бизнеса, научный центр и ученые научного центра берут на себя риски по производству и реализации наукоемких товаров и услуг на коммерческих рынках. Фактически, это заменяет более привычные способы коммерциализации (лицензирование или создание start-up компаний) для которых предпочтительно патентование за рубежом и более высокий уровень инвестиций.

УДК 330.341

С.В.Дегтярева, к.э.н., доцент, Омский государственный университет,
Омск

ИННОВАЦИИ, ИННОВАЦИОННАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ, ИННОВАЦИОННЫЙ ПРОЦЕСС В ИНСТИТУЦИОНАЛЬНОЙ СТРУКТУРЕ НАЦИОНАЛЬНОЙ ЭКОНОМИКИ

Исследование содержания категорий «инновации», «инновационная деятельность», «инновационный процесс», взаимосвязей между ними, а также определения их места в институциональной структуре национальной экономики является актуальным в настоящее время в силу ряда причин. Во-первых, эта проблема теоретически недостаточно разработана. Во-вторых, теоретическая разработка этой проблемы значима в связи с необходимостью перехода как российской экономики, так и трансформирующихся экономик на постсоветском пространстве к инновационной модели социально-экономического развития в исторической перспективе, и в связи с этим – формирования эффективного организационно-экономического механизма

создания, внедрения и распространения инноваций в институциональной структуре национальной экономики этих стран.

Цель статьи – анализ содержания категорий «инновации», «инновационная деятельность», «инновационный процесс», взаимосвязей между ними, а также определения их места в институциональной структуре национальной экономики. Исследование институциональных основ, становления институциональной системы экономики сделано автором в предыдущих работах.

Методология исследования проблемы представляет собой синтез системного подхода и институциональной теории (подход отражен в предыдущих публикациях).

Исследование инноваций, инновационной деятельности проводилось такими учеными как Н.Д. Кондратьев, Й.Шумпетер, Г. Менш, А. Кляйкнехт, К. Фримен, Р. Нельсон, С. Уинтер, В.С., Барнева А.Ю., В. Яковец и др.

На основании анализа концепций этих авторов отметим следующее:

инновации являются неотъемлемой частью процесса экономического развития, происходящего вследствие как технологических изменений, так и преобразования организационно-экономических отношений;

специфическим содержанием инновации являются качественные изменения, которые приводят к улучшению, усовершенствованию или появлению нового продукта или технологии. Основными свойствами инновации являются: научно-техническая новизна, производственная применимость и коммерческая реализуемость;

зарождение инноваций связано, по Й. Шумпетеру, с творческим началом новатора-предпринимателя. Исходный уровень формирования инновации, в связи с этим, – микроуровень (фирма) (Р.Нельсон, С. Уинтер).

Инновационную деятельность на основе рассмотренных теорий можно определить как деятельность субъектов, направленную на осуществление новых комбинаций ресурсов в различных сферах экономической деятельности, связанных с реализацией новых идей, формированием инноваций, приводящих к повышению эффективности производства, в конечном счете.

Создание и функционирование системы мотиваций для осуществления инновационной деятельности зависит от инновационной политики государства, которая должна способствовать развитию и поддержанию этой деятельности через создание развитой инновационной инфраструктуры. В случае, когда инновационные отношения становятся доминирующим фактором развития экономической системы, она трансформируется в национальную инновационную систему страны.

Содержание инновационного процесса, его взаимосвязь с инвестиционной деятельностью дается нами в порядке постановки проблемы.

Инновационная деятельность носит субъектно-объектный характер, и в большей степени субъективна. В то время как инновационный процесс, включая инновационную деятельность, предполагает еще и объективный процесс мультипликации, «тиражирования», распространения инноваций.

Исходным уровнем зарождения инноваций, инновационной деятельности, инновационного процесса, с нашей точки зрения, является микроуровень — фирма. Побудительными мотивами к инновационной деятельности фирм является снижение их конкурентоспособности вследствие повышения транзакционных издержек.

Однако решающее значение для распространения инноваций через инвестиционный процесс во всей экономической системе имеет институциональная структура национальной экономической модели, а также сформированная на ее основе инфраструктура. В связи с этим, инновационная политика государства должна обеспечивать согласование интересов всех участвующих в инновационной деятельности и инновационном процессе субъектов. Это согласование возможно через формирование коалиций субъектов, заинтересованных как в модернизации, так и в успешном инновационном развитии национальной экономики (В. Полтерович).

Итак, можно сделать выводы.

В статье раскрыто содержание рассматриваемых категорий, их взаимосвязь и место в институциональной структуре национальной экономики.

Исходным уровнем инновационной деятельности, инновационного процесса является микроуровень — фирма. Однако решающее значение для распространения инноваций через инновационный процесс во всей экономической системе имеет институциональная структура национальной экономической модели, а также сформированная на ее основе инфраструктура с учетом сбалансированности интересов коалиций различных уровней.

УДК 330.1+338.1

В.А. Денисюк, к.т.н., Центр досліджень науково-технічного потенціалу та історії науки ім. Г.М. Доброва НАН України, Київ

РОЗРОБКА МЕТОДИКИ ІНТЕГРАЛЬНОЇ ОЦІНКИ ІННОВАЦІЙНОЇ АКТИВНОСТІ ПРОМИСЛОВOSTІ

В сучасних умовах одним із ключових чинників у забезпеченні стійкого і якісного економічного росту в країні є інноваційна активність промислових підприємств. Під таким видом діяльності розуміється інтенсивність здійснення економічними суб'єктами сукупних робіт з розробки та впровадження інновацій для підвищення конкурентоспроможності виробленої продукції на міжнародному та національному ринках. Успіхи у підвищенні інноваційної активності підприємств і в інноваційному розвитку промисловості в цілому, є основою для прискорення науково-технічного прогресу, що сприяє появі нових виробництв і сталому функціонуванні всіх галузей економіки.

Тому для системи управління та дослідження національної економіки актуальні розробка інструментів для моніторингу масштабів інноваційної активності суб'єктів господарювання з використанням кількісних показників і застосування їх результатів для оцінки стану і формування напрямів інноваційного розвитку промисловості.

Відомі деякі методологічних підходів щодо розробки інтегральної оцінки показників економічної та інноваційної діяльності. Наприклад, в роботі [1] запропоновано розрахунок величини інтегрального показника ефективності інноваційної політики в якій використані деякі статистичні індикатори що характеризують інноваційну діяльність. В роботі [2] запропоновано додатковий індикатор-коефіцієнт використань витрат на інноваційну діяльність, який визначається як співвідношення вартості обсягів реалізованої інноваційної продукції та загальних обсягів витрат, що показує скільки гривень реалізованої інноваційної продукції припадає на гривню витрат на інноваційну діяльність.

Мета роботи – розробити методику інтегральної оцінки інноваційної активності промисловості країни, дослідити стан інноваційної активності промислових підприємств у 2001-2010 роках та визначити напрями підвищення ефективності інноваційного розвитку промисловості України.

У даній роботі для інтегральної оцінки інноваційної активності промисловості Україна автором використані індикатори, що характеризують фінансове забезпечення інноваційного розвитку промислових підприємств, активність підприємств в освоєнні науково-технічних досягнень і активність в реалізації та експорті інноваційної продукції.

До них віднесені наступні індикатори: 1. питома вага фінансування наукових і науково-технічних робіт у промисловості, % від ВВП; 2. питома вага фінансування інноваційної діяльності в промисловості, % від ВВП; 3. частка впроваджених нових технологічних процесів на одне обстежене промислове підприємство; 4. частка освоєних у виробництві нових видів техніки на одне обстежене промислове підприємство; 5. частка придбаних нових технологій (технологічних досягнень) в Україну та за її межами на одне обстежене промислове підприємство; 6. частка підприємств, що впроваджували інновації від числа обстежених промислових підприємств; 7. питома вага реалізованої інноваційної продукції від валової доданої вартості (ВДВ) промисловості, %; 8. частка підприємств, які реалізовували інноваційну продукцію від числа обстежених промислових підприємств; 9. питома вага реалізованої інноваційної продукції за межі України від ВДС промисловості; 10. частка підприємств, які реалізовували інноваційну продукцію за межі України від числа обстежених.

Такий вибір відповідає методології ОЕСР і Євростату, згідно з якою інноваційна діяльність «включає всі наукові, технологічні, організаційні, фінансові та комерційні дії, які фактично приводять до здійснення інновацій або задумані з цією метою», а «новий або вдосконалення продукт вважається впровадженим, коли його вивели на ринок».

Для оцінки інноваційної активності промислових складалася матриця з вибраних індикаторів по кожному року, потім виконувалося нормування в

кожній групі індикаторів і далі розрахунок інтегрального показника із застосуванням стандартних підходів. Результати розрахунків інтегральних показників інноваційної активності обстежених промислових підприємств в 2001-2010 роках наведені на рис.1.

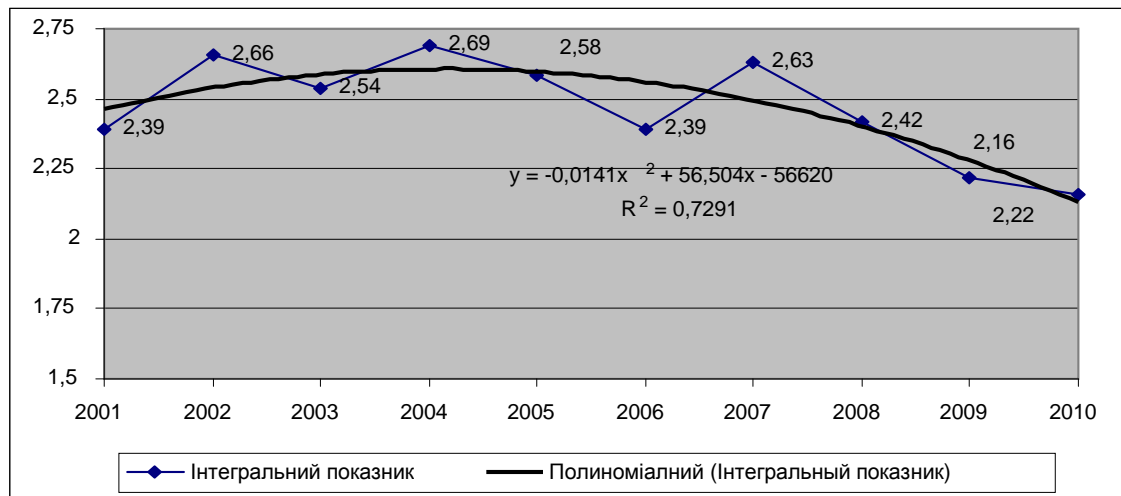


Рис. 1- Динаміка зміни інтегрального показника інноваційної активності промисловості України

Як бачимо, у 2001-2010 роках зміна інтегрального показника інноваційної активності відбувалося нерівномірно. Результати дослідження тренда інтегрального показника інноваційної активності показують, що фактичне зниження цього показника відбувається з 2005 року.

Автор вважає, що для підвищення інноваційної активності української промисловості до рівня технологічно розвинених держав Європейського Союзу має бути сформована державна стратегія інноваційно-інвестиційного розвитку промисловості. В стратегії слід детально прописати організаційно-економічні механізми щодо збільшення обсягів фінансування досліджень і розробок в інноваційному-інвестиційному розвитку промисловості, щодо максимального збільшення внеску вітчизняних технологій у соціально-економічний розвиток країни, щодо по орієнтації національної структурної економічної політики на розвиток високотехнологічних, наукоємних та фінішних виробництв, формуванню та функціонуванню інноваційних кластерів в промислово-розвинених регіонах та ін.

Література: 1. Степаненко Д.М. Инновационная политика Республики Беларусь. – Мн.: Право и экономика, 2005. –283 с. (Серия «Экономика»). 2. Денисюк В.А. Інноваційна активність національної економіки: вдосконалення методології, показники промислових підприємств, державна підтримка. / Денисюк В.А. // Економіст, –2005, №8. –С.45-49

Ю.С. Довгаль, ст. викладач, Полтавський національний технічний університет імені Юрія Кондратюка, Полтава

ІННОВАЦІЙНИЙ ПОТЕНЦІАЛ РЕГІОНУ – ФАКТОРИ ТА НАПРЯМИ ОЦІНКИ

Інноваційний потенціал функціонує у певному середовищі, а тому зазнає прямого чи опосередкованого впливу з боку різноманітних факторів. Підходи до визначення факторів, що формують інноваційний потенціал регіону різняться в залежності від особливостей методик, що використовуються науковцями при аналізі досліджуваного питання.

У сучасній світовій практиці існує значна кількість різних показників, що оцінюють рівень розвитку інноваційної діяльності: починаючи з оцінки людського капіталу, показників, що вимірюють знання, науково-технічний прогрес (НТП), і закінчуючи окремими показниками фондового ринку. Різні міжнародні організації розробляють власні системи показників, що відображають рівень інноваційного потенціалу країни (регіону). В якості таких прикладів можна навести такі системи показників.

1) *Індекс науково-технічного потенціалу* як складова інтегрального показника оцінки рівня конкурентоспроможності країни. Згідно з методикою експертів Всесвітнього економічного форуму (WEF), можливість досягнення сталого економічного зростання в середньостроковій і довгостроковій перспективі в однаковій мірі залежить від трьох категорій змінних: макроекономічного середовища, державних інститутів і технології [1].

2) *Система показників оцінки інноваційної діяльності Комісії європейських співтовариств (КЄС)*. Запропонована Директоратом з підприємництва КЄС, система інноваційних показників включає в себе 16 індикаторів, поділених на чотири групи: людські ресурси; генерація нових знань; трансфер і використання знань; фінансування інновацій, результати інноваційної діяльності [2].

3) Щорічно публіковані *Організацією економічного співробітництва та розвитку (ОЕСР)* показники, характеризують рівень і динаміку розвитку інноваційної економіки у розвинених державах і окремих країнах, що розвиваються. Система індикаторів ОЕСР представлена показниками, що характеризують інвестиції в інноваційну діяльність, розвиток вищої освіти та розповсюдження високих технологій [3].

Представлені системи показників спрямовані переважно на оцінку інноваційного потенціалу розвинутих країн та їх регіонів. У зв'язку з цим вони не враховують низки чинників, характерних для ринків, що розвиваються. У цьому випадку доречно розглянути систему показників, що пропонують вітчизняні автори.

Так Т.І. Городиський, розглядаючи чинники, що формують інноваційний потенціал регіону, для спрощення дослідження та з метою врахування найбільш істотних факторів вважає за доцільне провести їх групування за змістом на: нормативно-правові фактори; фінансово-економічні фактори; організаційні фактори [4].

В.М. Головатюк пропонує систему факторів, що формують інноваційний потенціал регіону розподіляти на: людський капітал (кадровий потенціал) інноваційного розвитку; інвестиційну підтримку науково-дослідницької діяльності; результативність інноваційної діяльності [5].

Методика визначення рівня інноваційної активності регіону або реалізованої частини інноваційного потенціалу регіону запропонована Л.М. Матросовою [6] передбачає розрахунок трьох груп показників, а саме: широта охоплення підприємств інноваційною діяльністю в регіоні; діапазон розподілу видів і предметів інноваційної діяльності серед інноваційно активних підприємств; ступінь фінансового забезпечення інноваційної діяльності підприємств, які беруть участь у розробці та впровадженні інновацій.

Важливо відмітити, що, проаналізувавши методичні підходи до оцінки інноваційного потенціалу регіону, ми вважаємо за доцільне виділити два аспекти оцінки інноваційного потенціалу регіону:

- як результат інноваційної діяльності;
- як потенційну можливість ефективного використання інвестицій.

Отже, дослідивши ряд методичних підходів до оцінки інноваційного потенціалу регіону, виявлено ряд спільних рис, що пов'язані з вимірюванням ресурсної основи інноваційного потенціалу. Також визначено ключову відмінність, що дозволяє групувати аналізовані методики на два типи – оцінку реалізованої частини інноваційного потенціалу та очікуваної можливості його реалізації. У подальшій роботі маємо на меті зосередитись на другому типі оцінки інноваційного потенціалу регіону – з точки зору потенційної перспективи ефективного використання інвестиційних ресурсів.

Література: 1. Global Competitiveness Report 2004 – 2005. World Economic Forum, 2005. 2. European Innovation Scoreboard 2003 // European Commission. – 2003. – Nov. 2003. 3. OECD Science, Technology and Industry Outlook. – OECD, 2004. 4. Інноваційний потенціал: фактори впливу / Т.І. Городиський // Науковий вісник НЛТУ України: Збірник науково-технічних праць. – 2007. – Вип.17.2. – с. 276-285. 5. Головатюк, В.М. Взаємозв'язки та структурованість показників інноваційного потенціалу / В.М. Головатюк, В.П. Соловйов // Проблеми науки – 2009. – №11 – с. 17-26. 6. Матросова, Л.М. Формування організаційно-економічного механізму управління інноваційними процесами у промисловості. – Луганськ: СУДУ, 2000. – 462 с.

В. О. Жаворонков, к. е. н., Національний авіаційний університет, м. Київ

ІНСТИТУЦІОНАЛІЗАЦІЯ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ

Напрямок економічної науки, що вивчає інноваційні зміни, можна позначити як інноваційну галузь еволюційної економіки. Численні дослідження в сфері інноваційної економіки говорять про те, що характер сучасного економічного розвитку більшою мірою визначається інституціональними факторами й звідси інноваційними змінами, що з них випливають.

Україна сьогодні не може вважатися країною, яка відповідає постіндустріальним вимогам, оскільки ще не сформувала у національній економічній системі дієвих механізмів ініціювання інноваційного розвитку. На основі використання індикаторів Європейського інноваційного табло Україна знаходиться в останній за рівнем інновативності групі – “країн, що рухаються навздогін” зі значенням індексу 0,23.

За останні десятиріччя ринкових реформ в інституціональне середовище України було впроваджено цілий ряд інститутів, які продемонстрували свою ефективність у провідних країнах світу. Але застосування в умовах вітчизняної економічної системи механізмів лібералізації внутрішньо- та зовнішньоекономічної діяльності, приватизації, обмеження державного втручання у господарську діяльність підприємств тощо призвели зовсім не до тих наслідків, на які очікували реформатори.

Однією із головних причин деградації вітчизняної економіки та слабкості інноваційної мотивації діяльності підприємницьких структур в Україні є перерозподіл ВВП через політичний механізм та отримання ренти.

Інституціональне середовище в Україні не сприяє оновленню національної економіки, тому що наявність інституціональних пасток, найбільш розповсюдженими з яких є масштабність тіньової економіки та корупції, пошук політичної ренти, консервують її технологічну відсталість.

Перед Україною стоїть вибір – або суспільство може пройти оновлення, сформувати сучасне інституціональне середовище, модернізувати економіку, що дозволить успішно конкурувати державі в глобальному масштабі, або воно буде знаходитись в нескінченних кризах та конфліктах.

Тільки біля 10% промислових підприємств є інноваційно активними, а в реалізованій продукції інноваційні товари складають лише 6%, що значно нижче показників 1990 р. Світова фінансово-економічна криза найбільш гостро вплинула на економіку України, тому що причиною цього стало накладання світової кризи на вітчизняну затяжну системну соціально-економічну кризу, застарівшу інституціональну структуру суспільства, економіки, промисловості.

Для отримання реальних результатів інноваційного розвитку необхідно реформувати інституціональне середовище держави, сформувати громадянське

суспільство, середній клас, систему сучасних інститутів та інституцій, необхідну “критичну масу” інноваційно мислячих власників, топ-менеджерів, найманих працівників, представників всіх прошарків суспільства.

Основними напрямками прискорення інноваційного розвитку, технічного і технологічного оновлення виробничих потужностей можна назвати наступні:

- активізація законодавчої роботи по правовому забезпеченню інноваційної діяльності;
- організація роботи по переконанню суспільства в необхідності та доцільності інноваційного розвитку на всіх рівнях економіки;
- забезпечення фінансування науки на рівні не менше ніж 1,7% ВВП;
- орієнтація системи освіти, підвищення кваліфікації, безперервної перепідготовки кадрів з випередженням реального становища на 3 – 5 років;
- введення на найближчі п'ять років директивних завдань по рівню капіталізації, інноваціям, інвестиціям в підготовку та підвищення кваліфікації кадрів;
- розвиток державно-приватного співробітництва та партнерства;
- використання на реалізацію інноваційних проектів коштів пенсійного фонду та страхових компаній під гарантію держави;
- відновлення роботи творчих громадських організацій винахідників та раціоналізаторів;
- стимулювання персоналу підприємств та населення для вкладання власних коштів в інноваційні проекти;
- зниження рівня інфляції, процентів по банківським кредитам та ін.

Вирішення інституціональних проблем ефективної держави визначається також спроможністю доповнювати ринковий механізм при адаптуванні інституціонального порядку реалізації інтересів привласнення інтелектуального продукту. Система векторів реалізації інтересів привласнення інститутом ринку інтелектуального продукту має координованість, еволюцію, упорядкованість і проявляється через конкретні напрями.

Трансформаційні процеси у вітчизняній економіці актуалізують інституціональний порядок з інверсійними характеристиками. Господарські перетворення впливають на погодження інтересів привласнення інтелектуального продукту, визначаючи сфери їх найповнішої реалізації.

Інноваційна складова української економіки зменшується, а 95% підприємств реалізують продукцію, яка не являється новою на ринках. В той же час інноваційна складова в економіці країн ЄС – 60%, Південної Кореї і Японії – 65-67%, США – 78%. Визнаним лідером інноваційного розвитку в світі залишаються США. Активізація інноваційної діяльності в Україні потребує першочергового здійснення комплексу інституціональних заходів, серед яких необхідно визначити:

- формування адекватного правового середовища для розвитку інноваційної та науково-технічної діяльності;
- удосконалення механізму фінансування інноваційного процесу;
- розвиток інноваційної інфраструктури.

Г.В. Жаворонкова, д.е.н., Національний авіаційний університет, Київ

СТРАТЕГІЯ ТЕХНОЛОГІЧНОЇ БЕЗПЕКИ РЕГІОНУ

Аналіз наукових джерел виявив відсутність чіткого визначення технологічної безпеки регіону. Узагальнюючи різні думки, можна дати таке її визначення «технологічна безпека регіону – це такий стан його науково-технологічного та виробничо-технічного потенціалу, який дає змогу забезпечити належне функціонування регіональної економіки, достатнє для досягнення та підтримки конкурентоспроможності вітчизняної продукції, а також гарантування фінансової самостійності за рахунок власних інтелектуальних і технологічних ресурсів».

Основою технологічної безпеки регіону є наявність власного технологічного потенціалу, рівень якого має відповідати світовим стандартам та вимогам сьогодення, з огляду на що, основним завданням регіональної влади з посилення технологічної безпеки є сприяння припливу в регіон новітніх технологій із одночасним контролем їх експорту. Адже на сьогодні лідерами світового співтовариства поступово стають держави, економіка яких базується не на сировинно-ресурсному потенціалі, а на застосуванні новітніх технологій в усіх галузях господарювання: починаючи з виробництва і закінчуючи наданням послуг.

До основних заходів, що сприятимуть посиленню технологічної безпеки регіону, належать: розвиток фундаментальної, університетської та корпоративної науки; створення науково-інноваційної інфраструктури; комерціалізація нововведень та системи перепідготовки кадрів, на основі правової бази для створення науково-технологічного потенціалу тощо. Серед загроз технологічній безпеці варто виділити неналежне фінансування наукової діяльності, руйнацію матеріально-технічної бази наукових та науково-дослідних інституцій, старіння наукових кадрів, від'їзд за кордон науковців, зменшення кількості суб'єктів господарювання, що на власній базі створюють передові технології.

Для забезпечення та підвищення рівня технологічної безпеки регіону його політика формування інноваційної моделі розвитку економіки повинна включати стратегію технологічної безпеки регіону, до якої входить реалізація таких заходів:

сприяння заохоченню використання світового інтелектуального, наукового здобутку в усіх сферах економіки шляхом розробки і впровадження економічних стимулів формування ефективного інституціонального середовища;

розширення обсягів внутрішнього ринку нереалізованих технологій та збільшення платоспроможного попиту на результати вітчизняних НДДКР;

стимулювання всебічного розвитку інтелектуального потенціалу особистості, що передбачає активний вплив регіональної влади на всіх етапах формування людського капіталу;

удосконалення системи непрямих методів впливу на процес розбудови сектора високотехнологічних виробництв;

створення організаційно-правового середовища для розв'язання існуючих проблем у системі освіти і науки та завершення формування дієвих систем охорони і захисту прав інтелектуальної власності;

створення стабільно функціонуючого організаційно-правового механізму генерування високопродуктивного знаннєвого ресурсу регіону.

Інституціональні трансформації в технологічній сфері мають відповідати наступним принципам:

системність інституціональних процесів, зокрема необхідно враховувати взаємодію та підпорядкованість різних рівнів господарського механізму та інноваційних структур, на які спрямовані трансформації;

комплексність оцінки технологічної безпеки;

узгодженість інституціональних процесів в інноваційній сфері із загальними соціально-економічними трансформаціями;

динамічність, у тому числі систематичне уточнення напрямів інституціональних процесів у середньо - та довгостроковій перспективі.

Отже, стратегія технологічної безпеки регіону – це довгостроковий план дій, спрямованих на забезпечення економічної безпеки регіону, пошук та створення відповідних резервів для попередження, уникнення та ліквідації (нейтралізації, локалізації) можливих ризиків, загроз та небезпек технологічному розвитку регіону.

Місія регіону в стратегії полягає у забезпеченні його технологічної безпеки, згідно з якою розробляються цілі. Цілі забезпечення економічної безпеки регіону – це конкретні, бажані показники окремих визначальних характеристик технологічної безпеки регіону, яких необхідно досягти протягом певного періоду часу.

Пошук шляхів реалізації механізму забезпечення виконання стратегії технологічної безпеки регіону має бути пов'язаний з діагностикою стану регіону. Відповідно, до виявлених в регіонах ризиків, загроз чи небезпек необхідно здійснювати формування та вибір стратегічних альтернатив забезпечення технологічної безпеки регіону.

Таким чином, пріоритетними цілями при формуванні механізму забезпечення стратегії технологічної безпеки регіону та розробці нормативно-правових документів, що обумовлюють її впровадження, є:

-забезпечення конкурентоспроможності економіки регіону;

-збереження та зміцнення інтелектуального потенціалу регіону;

-підвищення рівня фінансування науково-дослідницької діяльності;

-створення в регіонах умов для формування інститутів інноваційного розвитку;

-створення надійної системи попередження та протидії виникненню загроз та небезпек щодо технологічної безпеки.

УДК 330.341.1(477)

Н.В. Карпенко, к.е.н., доцент Академії праці і соціальних відносин Федерації профспілок України, Київ

СТАНОВЛЕННЯ НАЦІОНАЛЬНОЇ ІННОВАЦІЙНОЇ СИСТЕМИ ЯК СКЛADOVA ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ УКРАЇНИ

Конкурентоспроможність країни визначається її здатністю забезпечувати стійкий та випереджувальний розвиток економіки, покращувати соціально-економічний стан суспільства шляхом використання новітніх технологій в народногосподарському комплексі. Тому основним завданням держави в умовах глобалізації є формування та здійснення ефективної інноваційної політики, спрямованої, насамперед, на створення засад для розвитку науково-технічного потенціалу країни.

Україною проголошено курс на утвердження інноваційної моделі розвитку, з метою реалізації якого було прийнято 37 законів та понад 100 підзаконних актів, що регламентують інноваційну діяльність. Проте політика уряду щодо реалізації даного курсу носить більш декларативний характер, оскільки більшість законодавчих та нормативних актів не виконується.

Незначне зростання в Україні валового внутрішнього продукту протягом останніх десяти років було одержане за рахунок використання старої технологічної бази. При цьому частка інноваційно-активних підприємств в 2010 р. складала лише 13,8% від їх загальної кількості, що нижче рівня 2000 р. на 4,2%. Має місце стійка тенденція до зменшення питомої ваги промислових підприємств, що впроваджували інновації (в 2010 р. їх було лише 11,5%). При цьому кількість освоєних вітчизняними виробниками інноваційних видів продукції за останні 10 років зменшилась в 6,4 рази (з 15323 найменувань в 2000 р. до 2408 в 2010 р.). Питома вага реалізованої інноваційної продукції в обсязі промислової за досліджуваний період зменшилась майже у 2 рази і в 2010 р. становила лише 3,8%, тоді як в країнах Євросоюзу даний показник складає 60, Південній Кореї - 65, Японії – 67, а в США – 78 відсотків.

Серед причин зниження інноваційної активності вітчизняних підприємств – зменшення в 3,3 рази чисельність науковців в Україні за роки її незалежності. Станом на вересень 2011 р. виконанням наукових та науково-технічних робіт займалися 1174 організацій і підприємств України, чисельність працівників у яких становила 136,0 тис. осіб.

Перераховане вище у поєднанні з іншими негативними явищами, що мають місце у вітчизняній економіці, призводить до стрімкої втрати Україною іміджу конкурентоздатної країни. За оцінками Всесвітнього економічного форуму (згідно «Звіту про глобальну конкурентоспроможність 2010-2011») за Індексом глобальної конкурентоспроможності економіки за останній рік Україна знизилася свій рейтинг на 7 позицій і серед 139 країн світу займає неперестигне 89 місце.

Підвищення конкурентоспроможності економіки України більшість вітчизняних вчених пов'язують з розбудовою та подальшим розвитком національної інноваційної системи, оскільки на даний час створені та діють лише її окремі елементи.

Основними факторами, що стримують запровадження інноваційної моделі розвитку економіки в Україні є: безсистемний та непослідовний характер дій уряду щодо здійснення інноваційної політики; недосконалість законодавства та нормативно-правової бази з даного питання; відсутність дієвого механізму регулювання і стимулювання інноваційної діяльності, а також трансферу інноваційних розробок у виробництво; недостатній рівень захисту прав інтелектуальної власності; високі інвестиційні ризики як для внутрішніх, так і для зовнішніх інвесторів; зниження обсягів фінансування та можливостей щодо кредитування наукових досліджень і розробок; недостатньо розвинена інноваційна інфраструктура; початковий рівень розвитку сучасних форм організації, спеціалізації і кооперування у сфері інноваційної діяльності та інші. Тільки починають формуватись кластерні підприємницькі об'єднання, в основі яких - вертикальна та горизонтальна інтеграція підприємницьких структур за територіально-галузевими ознаками з метою спеціалізації виробництва, запровадження у виробництво результатів наукових розробок вітчизняних вчених, а на цій основі - створення конкурентної продукції, задоволення попиту населення, активізації інноваційного розвитку регіонів, поєднання інтересів держави, суспільства та товаровиробників.

Для розв'язання існуючих проблем щодо створення національної інноваційної системи, державним владним структурам необхідно:

- визначити пріоритетні напрями інноваційного розвитку країни з урахуванням існуючого наукового потенціалу, перспектив розвитку та змін у суспільному попиті, а також розробити і здійснити заходи з метою фінансового та інституціонального забезпечення їх реалізації;
- вдосконалити та систематизувати нормативно-правову базу з питань регулювання інноваційної діяльності;
- збільшити фінансування науково-дослідної сфери економіки до рівня, передбаченого Законом України «Про наукову та науково-технічну діяльність в Україні» (не менше, ніж 1,7% ВВП);

- забезпечити стимулювання інноваційної та винахідницької діяльності (зокрема – відновити пільгове оподаткування інноваційно-активних підприємств);

- шляхом розробки та запровадження дієвих механізмів забезпечити цільове залучення інвестицій для впровадження новітніх технологій (насамперед – у стратегічних та пріоритетних для України галузях), а також фінансування інноваційних розробок для розвитку вітчизняних імпортозаміщуючих та експортноорієнтованих виробництв з метою відновлення їх позицій на внутрішньому ринку та забезпечення зростання на зовнішніх ринках;

- посилити систему захисту прав інтелектуальної власності;

- створити сприятливе інноваційне середовище, зокрема – шляхом створення інноваційних кластерів (за рахунок об'єднання можливостей і зусиль освітянських, наукових, виробничих і ринкових структур) та ін.

УДК 330.131.7:330.34:658:339.944

О.С. Кириченко, здобувач Університету економіки та права «КРОК», Київ

ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВ НА ОСНОВІ ПРОАКТИВНОГО ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ

Поряд з проблемою стимулювання розвитку інноваційних діяльності підприємств, необхідності змін, що привели б до загального динамічного зростання ефективності та продуктивності роботи вітчизняних підприємств надзвичайно гостро та актуально постає питання інноваційної безпеки. Згідно до «Методичних рекомендацій щодо оцінки рівня економічної безпеки України», що була розроблена відділом економічної безпеки Національного інституту проблем міжнародної безпеки РНБО України, економічна безпека держави визначається як сукупність умов за яких з зберігається спроможність країни ефективно захищати свої економічні інтереси, потреби суспільства і держави, генерувати інноваційні зрушення в економіці з метою забезпечення стабільного економічного розвитку.[1] Згідно цієї Методики виділяються такі складові економічної безпеки як: фінансова, енергетична, зовнішньоторговельна, демографічна, соціальна інвестиційна та інноваційна.[1] Поняття інновацій, вийшло за межі суто наукової діяльності та охопило всі напрямки, методи та механізми покращань, вдосконалень що відбуваються на підприємствах. Всі ці нові інноваційні зміни ініціюються, розробляються та запроваджуються через інноваційні та інвестиційні проекти модернізації чи розвитку підприємств. У наукових працях багатьох авторів глибоко викладені дослідження сутності інноваційної та інвестиційної діяльності, економічної безпеки, окреслено головні напрямки новітніх наукових досліджень.

Досліджуючи структуру та джерела економічного розвитку Майкл Портер визначив основні складові ефективного розвитку: розвиток на основі виробничих факторів; розвиток на основі інвестицій, та розвиток на основі інноваційної діяльності. [2] Суттю інноваційної діяльності є забезпечення створення та поширення інновацій, які характеризуються нововведеннями у всіх галузях та напрямках розвитку технічному технологічному, управлінському. За визначенням М. Портера саме інновації здатні створювати конкурентні переваги підприємств.[3]

Для визнання поняття «інноваційної безпеки» необхідно привести визначення складових цього поняття таких як «інновації» та «безпека».

Існують різні точки зору на визначення поняття інновацій залежно від об'єкта та предмета самого дослідження. Так Б. Твіст визначає інновацію як процес, у якому винахід або ідея набувають економічного змісту.

Ф. Ніксон вважає, що інновація це сукупність технічних, виробничих і комерційних заходів, що спричиняють появу нових товарів, поліпшення промислових процесів та устаткування.[4] В багатьох теоріях пояснення економічних змін пов'язують з технічною новизною та вдосконаленнями, розробкою нових ресурсів чи освоєнням нових територій.

Поняття «безпеки» «економічної безпеки» має значну кількість визначень багатьох вчених. Відповідно до технологічного інноваційного спрямування найбільш повним є визначення С.Ф. Покропивного за яким «економічна безпека підприємства – це такий стан корпоративних ресурсів (ресурсів капіталу, персоналу, інформації та технології, техніки й устаткування, прав) і підприємницьких можливостей за якого гарантується найбільш ефективно їхнє використання для стабільного функціонування та динамічного науково - технічного та соціального розвитку, запобігання внутрішнім і зовнішнім впливам (загрозам).[5]

Аналізуючи вище зазначені поняття та сутність можна зробити висновок що, інноваційна безпека є невід'ємною складовою економічної безпеки підприємства що забезпечує його збалансований, проактивний (запланований, та стратегічно визначений) інноваційний розвиток у всіх сферах діяльності, спрямований на максимально ефективно використання наявних та безпечно залучення додаткових інвестиційних ресурсів необхідних для забезпечення такого розвитку. Таким чином, інноваційний процес це процес пов'язаний зі ініціацією, плануванням, розробкою, створенням, впровадженням, освоєнням, та поширенням інновацій у всіх напрямках економічного розвитку – інноваційна безпека є визначальним показником забезпечення безпеки такого процесу на всіх його етапах, як для об'єктів так і для суб'єктів інноваційного процесу.

Одним з основних ресурсів, що забезпечує інноваційний розвиток є науковий, кадровий та інтелектуальний потенціал країни. За період з 1990 по 2010 рік, за 20 років, чисельність науковців в Україні скоротилася в 3,49 рази з 313079 осіб у 1990 році до 89534 осіб у 2010 році. Основна частина інноваційної діяльності в Україні фінансується за рахунок власних коштів підприємств, що

за період з 2000 по 2010 років складають 71 % від загального об'єму інвестицій, інші джерела – 19%, кошти закордонних інвесторів 8%. Найменшу частину за період 2000-2010 років – 2% складають кошти державного бюджету. Стан інноваційної безпеки визначається в першу чергу рівнем наукового технологічного потенціалу що є в країні. Інноваційний розвиток є основним рушієм економічного росту підприємства та економіки в цілому.

Список літератури: 1.Методичні рекомендації щодо оцінки рівня економічної безпеки України. / за ред. А.І. Сухорукова.– К.: Національний інститут проблем міжнародної безпеки, 2003.–64с. 2.Йохна М.А. Економіка і організація інноваційної діяльності: [навч. посібник]/М.А. Йохна, В.В. Стадник.-К.: «Академія», 2005.–214с. 3.Портер М. Конкуренція: Учебное пособие./М. Портер.–М.: Изд.Дом. «Вильямс», 2001.–236с. 4.Федоренко В. Г.Шляхи підвищення ефективності інвестицій в Україні / В.Г. Федоренко. — К.: Науковий Світ, 2003.– 132с. 5. Покропивний С.Ф. Економіка підприємства / С.Ф. Покропивний; 2-е вид., перероб. та доп. – К.: КНЕУ, 2001.–528с.

УДК 330.341.1:330.131.5:334.7

Л.О. Куцеконь, асистент, Національний університет біоресурсів і природокористування України, Київ

МЕТОДОЛОГІЧНІ ПІДХОДИ ФОРМУВАННЯ ЕФЕКТИВНИХ СТАТЕГІЙ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ

Світовий історичний досвід незаперечно доводить, що ефективний і стійкий розвиток підприємств у різних сферах бізнесу досягається за рахунок оперативного використання у своїй господарській діяльності відкриттів, винаходів, інших інновацій, що забезпечують стратегічні конкурентні переваги на ринку.

Дослідження інноваційних процесів в єдності інноваційно-інвестиційної діяльності, врахування цілей, інтересів і вимог інвесторів при реалізації програм і проектів сприяють вирішенню основної проблеми стратегії інноваційного розвитку підприємств – його інвестиційної підтримки. В умовах ринкової економіки потенційного інвестора можливо зацікавити лише ефективним інноваційним проектом.

Методологічною основою вирішення проблем оцінки ефективності інновацій в області фінансового та інноваційного менеджменту присвячені роботи зарубіжних науковців: Д. Александера, Д. Бейлі, Ш. Пратта Б. Твісса та інш. В області теорії ефективності інвестиційної діяльності: М.Міллера, Р.Марковича, Ч. Шарпа та інш.

Однак, на сьогодні в дослідженнях проблем ефективності інновацій відсутня комплексність, а це в свою чергу призводить до неадекватності рішень з відбору інноваційних проектів для інвестування, посилюється дисбаланс між необхідними ресурсами і реальними грошовими потоками. Отже, існує

об'єктивна необхідність дослідження та удосконалення методологічних підходів щодо оцінки ефективності формування стратегій інноваційного розвитку.

Інноваційний розвиток як динамічний процес потребує формування портфеля стратегій, адекватних його цільовій спрямованості, життєвим циклам, типам проведення змін, широті та глибині трансформаційних перетворень. При цьому наша позиція базується на необхідності врахування: економічного стану підприємств, концепції та загальної стратегії розвитку підприємств, функціонально – забезпечуючих стратегій. Логічна послідовність такого підходу включає ряд етапів: концептуально – стратегічний з обґрунтованою цільовою спрямованістю загальної стратегії розвитку підприємства; аналітично – діагностичний; функціонально – забезпечуючий реалізації концепції та загальної стратегії розвитку; організаційно – управлінський функціонального спрямування щодо реалізації можливостей та сильних сторін; реалізації концепції та загальної стратегії розвитку підприємств; оцінки результативності від реалізації концепції та загальної стратегії розвитку підприємств.

Кожний із названих етапів має свою специфіку, свої цілі та задачі.

Обґрунтованості і своєчасній реалізації названих етапів повинно надаватися вирішального значення, оскільки в системній цілісності вони забезпечують ефективність діяльності підприємств в умовах їх стратегічної орієнтації.

Важливим в названій системній цілісності є обґрунтування як загальної, так і функціонально – забезпечуючої стратегій з чітким виділенням умов та механізмів їх реалізації.

Впровадження ефективних інноваційних стратегій дає змогу підприємству отримати конкурентні переваги. Щоб забезпечити високу ефективність інноваційних заходів потрібно провести своєчасний, системний та комплексний аналіз ефективності впровадження інновацій.

Методологія оцінки економічної ефективності інновацій ґрунтується на загальній теорії економічної ефективності виробництва, ефективності капітальних вкладень у виробництво.

До показників ефективності стратегій інноваційного розвитку можна віднести індекс рентабельності, чисту вартість, внутрішню норму прибутковості, період окупності, коефіцієнт покриття боргу та коефіцієнт ефективності інвестицій.

Отже, на сьогодні в дослідженнях проблем ефективності інновацій відсутня комплексність, а саме: не використовуються методи оцінки інтелектуальної власності бізнесу; відсутні обґрунтовані способи оцінки впливу окремих проектів на показники роботи підприємств; немає системного обліку невизначеності грошових потоків в інноваційній сфері та її впливу на результати інноваційних проектів. А це в свою чергу призводить до неадекватності рішень з відбору інноваційних проектів для інвестування, посилюється дисбаланс між необхідними ресурсами і реальними грошовими потоками.

Д.М. Лаповський, молодший науковий співробітник, Центр досліджень науково-технічного потенціалу та історії науки імені Г.М. Доброва НАН України, Київ

Т.В. Сердюк, доцент, к.е.н., Вінницький національний технічний університет, Вінниця

ОЦІНКА ПРІОРИТЕТНОСТІ ІННОВАЦІЙНИХ ПРОЕКТІВ: КОМПЛЕКСНИЙ ПІДХІД

Інноваційна діяльність, як правило, здійснюється через інноваційні проекти [1], а саме комплексом наукових, технологічних, організаційних, фінансових, маркетингових і комерційних заходів, сукупність яких приводить до інновацій з позиції використання абсолютних, відносних і часових методів з оцінкою економічного, фінансового і бюджетного ефекту[2]. Оцінка привабливості проекту проводиться на основі комплексного розгляду показників, що характеризують НДДКР, виробництво, технологічну підготовку виробництва з врахуванням фінансового, кадрового, маркетингового забезпечення виробничого впровадження нових товарів (послуг) чи процесів, а також можливі комерційні, соціальні, екологічні наслідки.

Мета роботи. Розробка засобу інтелектуальної підтримки рішень про якість інноваційних проектів на базі нечіткої логіки, яка дозволяє аналізувати як кількісні, так і лінгвістичні змінні.

Аналітичні дослідження. Для визначення доцільності залучення інвестицій частіше всього користуються методами оцінки, порівняння та відбору проектів. Основними серед них є такі: метод середньої ставки доходу; метод визначення періоду окупності; метод чистої теперішньої вартості; метод індексу прибутковості; метод внутрішньої ставки доходу. Варто звернути увагу на те, що інноваційні проекти повинні бути порівняні і піддаватися аналізу за допомогою єдиної системи показників. Це значить, що мають бути порівняними інформаційна база, точність і методи визначення вартісних і натуральних показників по варіантах. Згідно з [3], порівнянність представлених на експертизу проектів визначається співставністю: обсягів робіт, здійснених із застосуванням нових методів (технологій, устаткування і т.п.); якісних параметрів інновацій; фактору часу; рівнів цін, тарифів тощо. Варіанти інноваційних проектів повинні мати однакове маркетингове пророблення, однаковий підхід до оцінки ризику інноваційних вкладень і невизначеності вихідної інформації. Порівнянність варіантів за вихідною інформацією забезпечується шляхом приведення до одного обсягу виробленої продукції, як правило, по новому варіанту; до одних термінів, рівня якості. Чим глибше досліджується підприємство щодо інноваційного проекту, тим більше виявляється нових джерел невизначеності. Часто експерти зіштовхуються з невизначеністю, яка у принципі не може бути розкрита однозначно і чітко.

Низка параметрів є недоступною для точного кількісного виміру, і тоді в оцінці проекту неминуче з'являється суб'єктивний компонент, що виражається нечіткими оцінками типу "високий", "низький", "найкращий", "швидше за все", "малоймовірно" і т.д. З'являється те, що в науці описується як лінгвістична змінна зі своєю терм-множиною значень [4-5], а зв'язок кількісного значення деякого фактора з його якісним лінгвістичним описом задається так званими функціями належності фактора нечіткій множині.

Функції належності можна побудувати кількома способами. Так, в разі, якщо особа, що приймає рішення, є єдиним експертом, вона буде кількісну шкалу для оцінки нечіткої змінної і на підставі свого уявлення про характер нечіткої змінної, досвіду та інтуїції задає значення функції належності від 0 до 1 на кількісній шкалі характеристики. Сутність функції належності полягає в тому, щоб зазначити ступінь належності до якісного поняття, що розглядається. Чим ближче значення функції належності до 1, тим в більшому ступені відповідне значення кількісної шкали лінгвістичної характеристики належить до конкретного поняття. Більшу якість та зменшення фактору суб'єктивізму забезпечуватиме колективна експертиза. При цьому визначаються середні значення результатів, одержаних всіма експертами[6].

Слід зазначити, що останні роки інструментарій нечітких множин почав дуже широко використовуватись як в техніці, так і в економіці, управлінні (хоча вперше був запропонований в 60-х роках). Зокрема, в оцінці персоналу, інвестиційних проектів, моделюванні різного роду управлінських рішень та в багатьох інших напрямках. Для досягнення мети дослідження з врахуванням принципів нечіткої логіки необхідно формалізувати процес прийняття рішень про якість проектів на базі нечіткої логіки, розробити математичні моделі прийняття рішень на базі узагальненого дерева висновку. Джерелом одержання бази знань, що моделює взаємозв'язок інтегрального і часткових показників привабливості інноваційного проекту є думки експертів, що спеціалізуються в заданій області. Особливість виразів типу "ЯКЩО - ТО, ІНАКШЕ", які формулюються на природній мові, полягає в тому, що їхня адекватність, на відміну від кількісних моделей, не змінюється при незначних коливаннях вхідних оцінок у той або інший бік. Сукупність подібних висловлювань є множиною точок у просторі "часткові критерії - інтегральний критерій". По фіксованих лінгвістичних оцінках часткових критеріїв привабливості інноваційного проекту оцінюється інтегральний критерій.

Висновки.

Використання нечітких множин та нечіткої логіки дає можливість при дослідженні об'єктів врахувати будь-яку кількість факторів незалежно від того, задаються вони кількісним значенням або лінгвістичним поняттям та одержати певний узагальнюючий показник, придатний до ранжирування, що часто вимагається в аналізі інноваційних проектів. Пропонується враховувати такі групи параметрів, як рівень підприємства-заявника; рівень інноваційного проекту; ступінь відповідності державним інноваційним пріоритетам; коефіцієнт фінансової автономності проекту, які досить повно характеризують

як сам проект, так і об'єктивні умови, в яких він має реалізовуватись. В процесі створення експертної системи, а також під час дослідження конкретних об'єктів можливе використання будь-якої кількості експертів, достатньої для забезпечення достовірності та необхідної якості системи. По мірі накопичення фактичного матеріалу щодо досліджуваних раніше об'єктів можливе так зване „навчання” системи шляхом корекції баз знань та функцій належності і відповідно підвищення її достовірності та якості.

Список літератури: 1. Малицкий Б.А., Попович А.С., Оноприенко М.В. Обоснование системы научно-технологических и инновационных приоритетов на основе «форсайтних» исследований. –К. Феникс. 2008. –91С. 2. Федосова Р.Н., Пименов С.В. современные инструменты оценки эффективности инновационных проектов. Вестник ОГУ №5/май 2009 3. Заде Л. Понятие лингвистической переменной и ее применение к принятию приближенных решений. - М.: Мир, 1976. 4. Кофман А. Введение в теорию нечетких множеств. - М.: Радио и связь, 1982 - 432с. 5. Ротштейн О.П., Черноволик Г.О., Ларюшкін Є.П. Метод побудови функцій належності нечітких множин // Вісник ВПІ. - 1996. - №3. - с.72-75. 6. Сердюк Т. В. Визначення пріоритетності реалізації інноваційних проєктів / Формування ринкових відносин в Україні. Збірник наукових праць. Вип. 5(48). - Київ: НДІ Мінекономіки України, 2005. - с.42-49. 8. Методика визначення економічної ефективності витрат на наукові дослідження і їх впровадження у виробництво. Затверджена наказом Міністерства економіки та з питань європейської інтеграції та Міністерства фінансів України від 26.09.2001 № 218/446.

УДК 658.58 (043.3)

К.В. Ларіна, к.е.н., доцент, Харківський національний економічний університет, Харків

СУТНІСТЬ ТА ЦІЛІ ТЕХНІЧНОГО ПЕРЕОЗБРОЄННЯ ПІДПРИ- ЄМСТВА

Сьогодні на перший план в забезпеченні розвитку будь-якої країни виходить темп науково-технічного прогресу та можливості впроваджувати інновації. Розрахунки різних економістів показують, що НТП як джерело економічного зростання в недалекому майбутньому буде забезпечувати до 90% реального збільшення випуску продукції (на відміну від 65-70% сьогодні). В розвинених країнах світу економіка знань, що відповідає галузям 5-го і 6-го технологічних укладів, є ядром економіки та забезпечує до 30% зростання ВВП, створення робочих місць, зростання експортного потенціалу, скорочення виробничих витрат, сприяє якісній трансформації всього суспільства [1].

На зростання економіки значним чином впливають такі інноваційні фактори як організаційно-технічний та науковий рівень виробництва, технологічна структура капіталу, кваліфікація робочої сили, економія ресурсів

та новаторський стиль управління. Важливим фактором підвищення організаційно-технічного рівня діючих виробництв виступає технічне переозброєння (ТП), яке дозволяє здійснити якісне оновлення основних фондів шляхом модернізації та заміни обладнання, впровадження прогресивних технологій, автоматизації виробництва [2].

Аналіз літературних джерел [3-6] свідчить про неоднозначність тлумачень терміну «технічне переозброєння» виробництва та дозволяє зробити висновки про наявність двох підходів до визначення його сутності. Перший полягає в тому, що ТП розглядається як форма відтворювальної структури капіталовкладень поряд з іншими формами розширеного відтворення основних виробничих фондів, а другий – у розумінні ТП як форми реалізації досягнень НТП, інтенсифікації виробництва.

З позиції цих двох підходів залежно від ролі ТП та змісту його робіт виділено певні групи визначень, наведені на рис. 1.

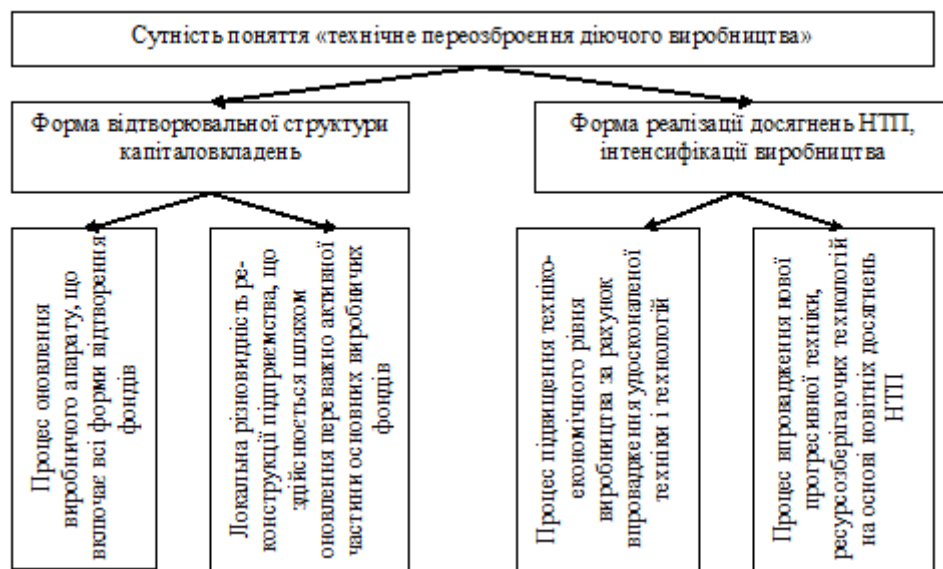


Рис. 1- Підходи до визначення поняття «ТП діючого виробництва»

Узагальнюючи точки зору вчених на цілі ТП [3-4], можливо відзначити, що більшість авторів одностайно визнають, що метою ТП є:

- всебічна інтенсифікація виробництва на базі досягнень НТП;
- підвищення організаційно-технічного рівня та ефективності виробництва;
- якісне оновлення активної частини основних виробничих фондів та матеріально-технічної бази у зв'язку з фізичним і моральним зносом;
- підвищення рівня якості продукції;
- зростання виробничих потужностей для випуску нової продукції;
- впровадження прогресивного обладнання для цілей подальшого розвитку.

Враховуючи необхідність використання концепції маркетингу в управлінні підприємством, яка передбачає переорієнтацію всіх функціональних підсистем на задоволення потреб споживачів, цільовою спрямованістю процесу ТП повинно стати технічне забезпечення реалізації стратегії подальшого розвитку підприємства на базі ринкових можливостей [2].

Пропонується виділяти стратегічні та тактичні цілі ТП, визначені з позиції стратегічного і тактичного маркетингу (рис. 2).



Рис. 2- Види цілей технічного переозброєння підприємства

Таким чином, цілі ТП повинні узгоджуватись, з одного боку, із цілями технічного розвитку підприємства для забезпечення високого рівня виробництва, підвищення якості продукції, а, з іншого боку, зі стратегічними цілями розвитку підприємства, визначеними шляхом стратегічного маркетингового аналізу перспективних потреб і продуктів на ринку.

Література: 1. Семиноженко В. Какой уклад – такая и экономика...// <http://www.semynozhenko.org.ua/documents/2004/5/227.html>. 2. Тімонін О. М. Технічне переозброєння підприємства на основі концепції маркетингу: Монографія / О. М. Тімонін, К. В. Ларіна. – Харків: ВД «ІНЖЕК», 2008. – 256 с. 3. Нейкова Л. И. Анализ эффективности технического перевооружения промышленных предприятий / Л. И. Нейкова. – М.: Финансы и статистика, 1990. – 87 с. 4. Чумаченко Н. Г. Техническое перевооружение и реконструкция производства / Н. Г. Чумаченко. – К. : Наукова думка, 1991. – 348 с. 5. Кужель В. М.

Управління технічним розвитком промислових підприємств: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук: спец. 08.06.01 „Економіка, організація і управління підприємствами” / В. М. Кужель. – К., 2006. – 20 с. 6. Беленький П. Е. Управление техническим и организационным развитием предприятия / П. Е. Беленький, Ю. Л. Гиттик, Т. В. Ландина. – К.: Техника, 1992. – 126 с.

УДК 658:330.34(145)

О.Ю. Лінькова, доцент, НТУ «ХП», Харків

ПРОБЛЕМИ АКТИВІЗАЦІЇ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Вступ. На протязі тривалого часу економічна система в Україні розвивалася завдяки екстенсивним факторам але за умов інформаційної економіки такий розвиток стає неефективним. Тому розвиток підприємництва ґрунтується на нових технологічних рішеннях, новій техніці та організаційних формах господарювання. Однією з *актуальних проблем* є активізація інноваційної діяльності. Проблеми інноваційної діяльності активно досліджуються вченими, але залишається *недостатньо розкритим питання* її активізації.

Постановка завдання. Метою публікації є розробка напрямків активізації інноваційної діяльності суб'єктами господарювання на основі вивчення інноваційного потенціалу підприємства та урахування тенденцій глобалізації економіки. *Завдання* публікації – виявлення актуальних проблем активізації інноваційної активності та обґрунтування напрямків їх вирішення.

Методологія. Для будь-якого оновлення потрібна криза. Але жодна криза не минає без втрат. Інноваційні процеси є закономірними у розвитку господарюючих суб'єктів бізнесу та відносяться до таких змін у роботі, що носять істотний характер, супроводжуються змінами в образі діяльності та стилі мислення працюючих, вносять до середовища впровадження нові стабільні елементи, які приводять до переходу системи з одного стану до іншого.

Основні проблеми активізації інноваційної діяльності: оцінка інноваційного потенціалу господарюючого суб'єкту; створення умов, які максимально розвивають творчу активність персоналу.

Інноваційний потенціал організації – це міра її готовності виконати завдання, що забезпечують досягнення поставленої інноваційної мети. Тому для оцінки інноваційного потенціалу необхідно провести діагностику внутрішнього середовища організації. Внутрішнє середовище організації складається з елементів, які утворюють її виробничо-господарську систему.

Завдання оцінки інноваційного потенціалу організації можуть бути: приватна оцінка готовності організації до реалізації одного нового проекту; комплексна оцінка поточного стану організації відносно проектів, що вже реалізуються. Відповідно до поставленого завдання оцінки інноваційного

потенціалу, застосовується одна з двох можливих методик оцінки: детальна або діагностична.

Оцінка показників інноваційного потенціалу підприємства дозволяє: оцінити стан і готовність підприємства до інноваційних перетворень; проаналізувати і спрогнозувати тенденції розвитку, виявити основні переваги і «слабкі» місця; підготувати рекомендації по формуванню інноваційної стратегії підприємства і механізмів її реалізації; створити і розвивати інформаційні потоки для прийняття ефективних управлінських рішень. Однак, нове стає ефективним, якщо його використання дозволяє отримати кращі результати оптимальним шляхом.

Інноваційна діяльність в підприємстві має особливості: суб'єктами інноваційного процесу є власники, менеджери, персонал та споживачі; системність охоплення найбільшої кількості проблем об'єкту підприємства. Умовою, яка визначає ефективність підприємницької інновації є дослідницька робота персоналу, який вирішуючи проблеми удосконалення приватного робочого місця задається загальними питаннями і починає по новому переосмислювати існуючі принципи роботи.

Для активізації інноваційної діяльності на рівні організації в цілому необхідне:

- 1) визначення функцій по управлінню інноваційними змінами, оптимальний розподіл цих функцій між керівниками, відділами і підрозділами;
- 2) проведення комплексу заходів щодо підвищення рівня організації праці, виробництва, ділових і особистих якостей персоналу;
- 3) пошук ідей по вдосконаленню є основним етапом планування, важливо залучити в цей процес всіх співробітників підприємства;
- 4) впровадження заходів щодо активізації персоналу. Інноваційний бізнес в світі вважається найвигоднішим, оскільки він забезпечує конкурентоспроможність базовим галузям економіки.

Усвідомлюючи необхідність реалізації системних заходів в цьому напрямі, підприємства повинні активно реалізовувати комплекс заходів щодо формування своєї інноваційної інфраструктури.

Для того, щоб оптимізувати здійснення інтелектуальної діяльності організації можна запропонувати наступні шляхи: створення плану дій по впровадженню раціоналізаторських ініціатив; розвиток зовнішніх і внутрішніх мереж (збільшення числа партнерських стосунків в області науково-технічних рішень); зміцнення корпоративної культури орієнтованої на інтрапренерство; оптимізація процесу «ідея – інновація – інвестиційний проект».

Результати дослідження. Використання розвитку у запропонованих напрямках активізації інноваційної активності дозволить підвищити конкурентоспроможність вітчизняних підприємств бізнесу на міжнародному ринку. Зазначені у публікації заходи дозволять підвищити креативність мислення співробітників підприємства, підвищити продуктивність праці персоналу, допоможуть створити сприятливу атмосферу в колективі для здійснення функцій, укріпити організаційну дисципліну з метою зменшення

втрати робочого часу.

Висновки. В сучасних умовах глобалізації економіки ефективність діяльності підприємства бізнесу визначається вмінням результативно впроваджувати інновації на основі вивчення інноваційного потенціалу та розвитку творчої активності персоналу.

Головними *напрямами для проведення подальших досліджень* в галузі активізації інноваційної активності є: удосконалення механізму подолання опору впровадженню нових процесів; удосконалення системи мотивації персоналу.

УДК 338.47 (043.2)

С.Л. Литвиненко, к.е.н., доцент, Національний авіаційний університет, Київ

ОСОБЛИВОСТІ БІЗНЕС-ПЛАНУВАННЯ У ВІТЧИЗНЯНИХ ВАНТАЖНИХ АВІАКОМПАНІЯХ РІЗНИХ ОРГАНІЗАЦІЙНИХ ФОРМ

В процесі проведення наукового дослідження було встановлено, що організація планування у роботі вантажних авіакомпаній відіграє дуже важливу роль, а більшість чартерних вітчизняних вантажних авіаперевізників працюють на риках третіх країн, з огляду на це, виникає цілий ряд проблем, які пов'язані із плануванням перевезень. Проблеми бізнес-планування на підприємствах активно вивчалися цілим рядом науковців, проте проблема бізнес-планування у вітчизняних вантажних авіакомпаніях є надзвичайно складною та вимагає вирішення цілого комплексу завдань науково-теоретичного та практичного характеру. Нами у попередніх наукових дослідженнях було вирішено завдання щодо формування теоретико-методологічних основ та комплексу бізнес-планування вітчизняних вантажних авіаперевізників.

Нами встановлено, що процес наповнення системи бізнес-планування має бути безперервним та мають бути враховані зміни, які відбуватимуться на інших рівнях. Модуль бізнес-планування вантажного авіаперевізника має працювати у рамках складової планування та взаємодіяти із стратегічним, цільовим, оперативним та загальним ресурсним плануванням. У методичному та практичному модулі системи бізнес-планування вантажних авіакомпаній має бути визначено напрацювання для роботи конкретних вантажних авіаперевізників. На думку автора, найкращим буде орієнтація на конкретних вітчизняних авіаперевізників вантажів, які займаються суто вантажними перевезеннями та вантажно-пасажирськими перевезеннями.

Автором виявлено, що у рамках суто вантажного перевізника не виникає проблем, пов'язаних з організацією вертикальної та горизонтальної взаємодії структурного підрозділу, який займається вантажними перевезеннями з іншими

відділами авіакомпанії, а також відсутня необхідність прийняття рішень щодо пріоритетності вантажних та пасажирських перевезень на певних напрямках та лініях. Проте, наприклад, у чартерної авіакомпанії виникає інша проблема, яка пов'язана із складністю прогнозування розвитку екстраординарної частини чартерних перевезень. Її вирішення полягає у формуванні прогнозних моделей ймовірності виникнення попиту у певні періоди часу із прив'язкою до регіонів світу. Нами встановлено, що при існуванні вантажного бізнесу у рамках вантажно-пасажирського авіаперевізника практично завжди виникає дилема щодо можливості виділення вантажного бізнесу в окрему компанію або орієнтування на розвиток єдиної системи вантажопасажирських перевезень. Вітчизняні вантажно-пасажирські авіаперевізники, на сьогодні існують у рамках єдиного авіаперевізника, хоча виділення дочірньої вантажної авіакомпанії може мати суттєві переваги, пов'язані із значним збільшенням капіталізації вантажної компанії, автономізації вантажної складової, що дасть змогу більш якісно організувати бізнес-процеси, зменшити неефективні напрямки та вантажні лінії тощо. Проте, це буде ефективним лише за умови реального розвитку вантажного бізнесу, що має виразитися, передусім, у поповненні та оновленні парку літаків. У відповідності із бізнес-планом розвитку авіакомпанії має бути чітко визначений розвиток його вантажної складової.

Автор вважає, що якщо прийнято рішення щодо створення вантажного бізнесу в рамках дочірньої авіакомпанії, то у бізнес-плані має бути відображений його реальний фінансовий стан на момент створення; автономний статус, що має проявлятися у максимізації прибутків саме від доставки вантажів; має бути побудована бізнес-модель (початково імітаційна, а згодом і реально діюча) взаємодії дочірньої вантажної авіакомпанії та головного підприємства як щодо виробничої, так і стосовно фінансової діяльності; повинен бути передбачений достатній рівень статутного капіталу та інвестицій для дочірньої авіакомпанії, який має сприяти покриттю можливих збитків на початковому етапі функціонування; повинно бути передбачено успішність розвитку вантажного сегменту авіакомпанії та узгодженість бізнес-плану дочірньої вантажної авіакомпанії та головного авіаперевізника. Для оптимального розвитку вантажного бізнесу, як в рамках дочірньої авіакомпанії, так і в рамках суто вантажного перевізника також необхідно здійснити максимізацію власних продажів (рівень дохідності від власних продажів значно більше за рівень дохідності від агентських продажів); реалізувати інформаційні рішення в рамках інтегрованої інформаційної системи авіакомпанії щодо управління ресурсами, дохідністю та продажами; збільшити доставку спеціальних категорій вантажів, які перевозяться за значно вищими тарифами; реалізувати інформаційні рішення щодо відстеження вантажів типу RFID.

Отже, в процесі здійснення наукового дослідження нами було виявлено, що недостатньо вивченими є методико-прикладні аспекти бізнес-планування у вітчизняних вантажних авіакомпаніях, які мають сприяти реалізації комплексу бізнес-планування. Визначено, що при формуванні наповнення методичного та

прикладного рівнів бізнес-планування має бути орієнтація на конкретних вітчизняних авіаперевізників вантажів, а саме суто вантажну авіакомпанію та на вантажно-пасажирського авіаперевізника, через суттєві відмінності у побудові їх бізнесу щодо перевезення вантажів. Нами було виявлено, що суто вантажний перевізник не стикається із проблемами пов'язаними з організацією взаємодії вантажного відділу з іншими підрозділами авіакомпанії, відсутня необхідність прийняття рішень щодо пріоритетності вантажних та пасажирських перевезень на певних напрямках та лініях, проте чартерні перевізники стикаються із проблемою прогнозування розвитку екстраординарної частини перевезень. Автором було встановлено, що виділення дочірньої вантажної авіакомпанії може мати суттєві переваги, пов'язані із цілою низкою аспектів, проте, це буде ефективним лише за умови реального розвитку вантажного бізнесу, що має виразитися, передусім, у поповненні та оновленні парку літаків. Автором розроблені загальні принципи створення вантажного бізнесу в рамках дочірньої авіакомпанії, який має бути оснований на фінансовій автономності та прозорих принципах взаємодії.

УДК 330.101

Т.М. Марченко, магістр, НТУ «ХПІ», Харків

РОЗВИТОК ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОГО ПОТЕНЦІАЛУ В УКРАЇНІ

Становище сучасних міжнародних економічних відносин України з розвинутими країнами та її економічна конкурентоспроможність залежить від рівня ефективного використання інтелектуального потенціалу населення. Котрий формується завдяки отриманню та використанню знань, розвитку освіти, науки і техніки, а також базується на ефективно діючому законодавстві в сфері захисту об'єктів інтелектуальної власності та наявності спеціалістів, які можуть надати всю необхідну інформацію розробникам. Таким чином, розвиток інтелектуального потенціалу в державі потребує дослідження та являється актуальною темою.

Так як, інтелект – це сукупність накопичених людиною знань, досвіду та її розумових здібностей, то під інтелектуальним потенціалом слід розуміти сукупність накопичених знань і досвіду, які можуть бути перетворені в капітал. Сьогодні в Україні недостатньо ефективно використовується інтелектуальний потенціал населення, тому сприяння його розвитку та ефективному використанню є важливим напрямком державної політики у сфері інтелектуальної власності.

Як відомо, в Україні зростає кількість патентів на винаходи, корисні моделі, промислові зразки. Проте, процес від моменту створення об'єктів інституту патентного права до впровадження їх у виробництво не скорочується. Крім того, потрібний капітал для сплати щорічного мита та добре налагоджена інфраструктура трансферу технологій. Позитивним моментом є те, що в державі існує з 2009 року Український Центр Комерціалізації та Трансферу Технологій

(УЦКТТ), котрий з'єднує розробників з інвесторами та підприємцями, але не всі знають про його роботу і, дивлячись на розвиток науки і техніки, лише одного такого центра на всю Україну замало. Неоднозначним фактом являється зазначення про можливість видання деклараційного патенту в Законі України «Про охорону прав на винаходи та корисні моделі», тоді як насправді такі патенти вже давно не видаються, так як їх по своїй суті замінили корисні моделі. Також недостатньо освітлені ознаки патентоспроможності промислового зразка, який використовують як блокаду від конкуруючих підприємств. Таким чином, на сьогоднішній день існує багато недоліків в українському законодавстві. Тенденція показує, що здебільшого винахідники і новатори залишаються сам на сам з результатами своєї творчості.

Інноваційний розвиток України обговорюється не один рік, видаються важливі укази і постанови, але їх потрібно ще коригувати. Суспільство поступово починає розуміти, що саме інтелект і знання сьогодні є справжнім капіталом нації. Проте цього замало, необхідним аспектом являється вдосконалення регулювання правових відносин щодо захисту прав на об'єкти інтелектуальної власності.

На підприємстві інтелектуальний потенціал представляє собою нематеріальні активи, під якими розуміють немонетарні активи, що не мають матеріальної форми, можуть бути ідентифіковані і використовуються підприємством більше одного року у виробництві, торгівлі, в адміністративних цілях і в цілях передачі в оренду третім особам. Нематеріальні активи вказуються в балансі, так як їх вартість може бути достовірно встановлена. В наслідок того, що інтелектуальні активи не зношуються і не вичерпуються, можуть старіти, а можуть і нескінченно вдосконалюватись, визначити достовірно їх вартість важко, тому для оцінки об'єкта інтелектуальної власності потрібно скористатись послугами експертного бюро чи патентних повірених, якщо на підприємстві немає необхідних спеціалістів. Важливим фактом завжди відзначається наявність прибуткового високо ефективного портфеля нематеріальних активів, який вказує на інтелектуальний потенціал підприємства при підписанні договорів з іноземними інвесторами.

Відомою є відсталість держави у сфері інформаційних технологій. Сьогодні набагато простіше за допомогою інтернет здійснити пошук в патентному фонді США, ніж знайти необхідні патентні документи в СРСР чи в Україні. Доступ до патентних серверів американського патентного відомства безкоштовний і забезпечує можливість перегляду повних текстів патентів і креслень. Відставання державної системи у сфері патентної інформації настільки є значним, що ця проблема не може бути вирішена без участі державних органів управління.

Незадовільним також залишається стан виконання вимог законів у сфері права інтелектуальної власності. Дотримання положень законів України у сфері інтелектуальної власності залишається на недостатньому рівні, що призводить до звинувачень України в порушенні на її території прав інтелектуальної власності, низькому рівні їх захисту та високим рівнем порушень зазначеного права.

Проблеми забезпечення захисту прав інтелектуальної власності в Україні багато в чому визначаються значною нестачею кваліфікованих фахівців з цих

питань, що потребують великого обсягу спеціальних теоретичних знань та практичного досвіду.

Слід вказати, що для збереження в Україні науково-технічного потенціалу, захисту національних інтересів у сфері економіки та забезпечення технологічної безпеки необхідно створити систему державного контролю і регулювання експорту вітчизняних технологій цивільного призначення.

Таким чином, в Україні сьогодні є можливості для українських науковців, винахідників, творців спрямувати свій талант, творчі інтереси на створення конкурентоспроможної продукції, для чого насамперед необхідно розробити і запровадити механізми ефективного перетворення інтелектуальних ресурсів нації, інтелектуального капіталу українського суспільства у виробництво матеріальних та духовних благ. Потрібно на державному рівні чітко визначити, які саме українські винаходи, новітні технології, забезпечать необхідний рівень конкурентноздатності на світовому ринку, і вкладати максимум коштів та зусиль у розвиток саме цих напрямків.

УДК 658:330

С.О. Нечепуренко, доцент, к.е.н., НУ “Львівська політехніка”, Львів

ФРАНЧАЙЗИНГ – ЯК ІННОВАЦІЙНА МОДЕЛЬ БІЗНЕСУ

На сучасному етапі в умовах творення ринкових структур в Україні, все актуальнішим стає виявлення закордонного досвіду підприємницької діяльності різноманітних фірм та його адаптація до специфіки українського бізнесу. Особливого значення в науково-прикладному аспекті набуває аналіз високоефективної і відомої в усьому світі технології бізнесу франчайзингу.

Як відомо, франчайзингові відносини зобов'язані своєму виникненню і популярності США. Так, американська компанія “Зінгер” в 1851 році розпочала практикувати укладання контрактів типу франчайзинг, що надало можливість з більшою легкістю освоювати нові технології, часом недоступні із-за великих витрат і факторів ризику. Аналогічна система франчайзингу була розроблена і запроваджена в 1898 році компанією Дженерал Моторс.

Франчайзинг в епоху турбулентності виступає, як форма становлення, розвитку і розширення малого і середнього бізнесу. Наприклад, в США франчайзинговими угодами охоплено більше 1 млн. малих фірм, щорічно їх кількість збільшується приблизно на 30-50 тис. Їх обіг становить біля 1 трл.доларів. Про динамізм, як найбільш швидкозростаючої форми організації бізнесу свідчать діяльність таких фірм, як “Альфа-Графікс” та “Баскін-Робінс”. Так, перший салон “Альфа – Графікс” був відкритий в 1970 році в штаті Арізона, в 1980 році – 8 салонів, дистриб'юторська сітка була розширена до 100 підприємств.

Займаючи лідерські позиції в американському підприємницькому секторі, франчайзинг значного поширення набув в інших країнах світу. Так, в Європі на першому місці Німеччина, де функціонує 530 франчайзингів, проліцензувавши 32 тисячі фірм-франчайзі. В Данії, яка виступає в ролі аутсайдера налічується 98 материнських компаній і 2 тисячі фірм-франчайзі.

Динамізм, життєвість франчайзингу свідчать про конкурентноздатність компаній, що працюють на його засадах.

Конкурентноздатність франчайзингових компаній обумовлюється такими факторами:

1. значні розміри ринку (характерно для компаній “Кока-Кола” “Сосьєте жнераль де бельжик).
2. темпи зростання ринку (французькі фірми Garonory, Sugabries).
3. потужність надлишкова, потужність знижує ціни (“De Companiel” - французька компанія готельного бізнесу).
4. мобільні технології сфери (“Mak Donalds”)
5. економія на масштабі – збільшує частину ринку, необхідну для досягнення конкурентоспроможності товару.

Слід зазначити, що франчайзинг, як висококваліфікована модель бізнесу являється відносно новим явищем для постсоціалістичних країн, в тому числі і для України. Тим не менше, франчайзингові відносини поступово адаптуючись до специфіки економічного розвитку названих держав, набувають все більшого поширення.

Так, наприклад, в Росії за схемою франчайзингу працюють такі відомі компанії, як: “Еконіка взуття”, торгівельний дім “Арома”, “Херох”, “DR Alex”. Також франчайзингові сітки розвивають підприємства швидкого харчування, ресторанного бізнесу – “Росінтер”, “Російське бістро”, “Російські млинці”, “Золоте ципля”, “Крихта-картопля” тощо.

Успішно розвивається франчайзинг у сфері нафтового бізнесу. Так, наприклад, збутова сітка компанії “Лукойл” нараховує близько 240 нафтобаз і дві тисячі вісім автозаправних станцій, в тому числі в Росії більше 200 нафтобаз і 1300 автозаправних станцій (АЗС). Найрозвинутіші сітка АЗС за кордоном в США, де придбані 1260 АЗС у корпорації “ТеТТі Петролеум”. А в європейських країнах більше 400 АЗС, в тому числі 78 – в Прибалтиці, 55 – в Молдові, 25 – в Україні, 14- в Білорусії.

До того ж сума за використання комплексу виняткових прав в Компанії становить тільки 600 доларів у рік.

Наведені дані свідчать про високу ефективність франчайзингу в підприємницькій діяльності корпорації “Лукойл”.

Російський досвід провадження франчайзингових відносин багатий за інші країни – колишні республіки СРСР. За даними Російської асоціації франчайзингу, розвиток цього типу бізнесу залучив приблизно 500 млн. Доларів іноземних інвестицій.

В українській економіці франчайзинг набуває все більшої популярності, незважаючи на протидію негативних факторів. До останніх можна зарахувати:

відносну політичну нестабільність; мінливу законодавчу базу; диспропорції у виробництві.

З іншого боку набувають чинники позитивної дії: відродження духу підприємства; роздержавлення та приватизація, поява прошарку людей власників, підприємств; формування ринкової інфраструктури.

Отже, в нинішній українській економіці наявні свою плюси і мінуси. Але підприємницька діяльність і характеризується здатністю йти на ризик, використовувати несприятливі фактори на користь справи.

В Україні на засадах франчайзингу діють підприємства роздрібного ресторанного бізнесу “Картопляна Хата”, “Піца Челентано”, а також “Данов і кухня” і “Пузата Хата”, “Колиба” та інші.

На території України з'явилася розгалужена сітка форм-франчайзингу з участю іноземних фірм-франчайзерів. Франчайзингових відносин фірми “Кодак”, “Фуджі експрес”.

Одним із недоліків українського франчайзингу є його недостатня диферсифікація, оскільки він представлений в основному підприємствами ресторанного бізнесу. І в той час, як в світі існує більше 60 видів бізнесу, що розвиваються за франчайзингом.

В цілому в Україні існують реальні передумови формування власної бізнес-моделі франчайзингу.

УДК 330.111.4:336.276

О.М. Романькова, к.х.н., Донбаська державна машинобудівна академія, Краматорськ

Р.А. Перебийніс, студент, Донбаська державна машинобудівна академія, Краматорськ

ОРГАНІЗАЦІЯ ДОКУМЕНТООБІГУ З НАРАХУВАННЯ ЗАРОБІТНОЇ ПЛАТИ НА ШЛЯХОБУДІВНОМУ ПІДПРИЄМСТВІ “БАРВІН-КІВСЬКИЙ РАЙАВТОДОР”

Документальне оформлення трудових відносин між працівником та роботодавцем і операцій по розрахункам з персоналом по заробітній платі супроводжується значною кількістю документів типових і нетипових форм.

Рух документів у процесі їхнього оперативного використання та бухгалтерської обробки з моменту складання або одержання документа від інших підприємств до передачі на збереження в архів називають документообігом [1].

Розглянемо схему документообігу по нарахуванню заробітної плати працівників шляхобудівного підприємства (Рис. 1).

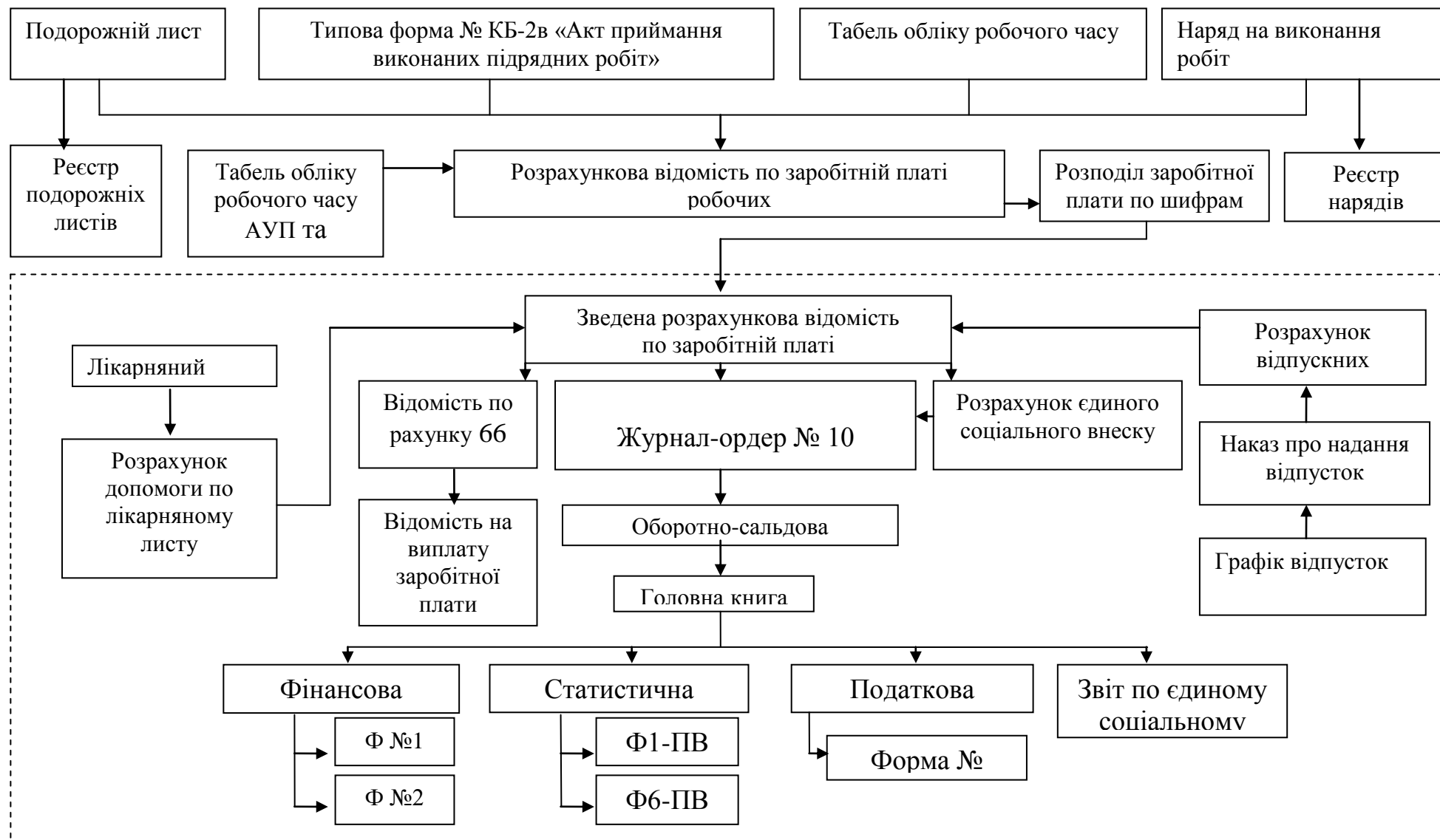


Рисунок 1 – Схема документообігу по нарахуванню заробітної плати працівників шляхобудівного підприємства

Правильно організований документообіг з нарахування заробітної плати працівників необхідний для того, щоб уникнути можливих конфліктів, досягти взаєморозуміння та налагодженої роботи між виробничим відділом та бухгалтерією.

Проблемою документообігу та нарахуванню заробітної плати працівників займається велика кількість вітчизняних науковців. Заслужують уваги праці сучасних авторів, серед яких є: Ткаченко Н. [2], Потьомкін Л. [3], Калина А.В. [4], Рожнов В. [5], Соломонов С. [6], Пантелійчук Л. [7], Катеринець Н. [8] та інші вчені.

Метою роботи є дослідження документообігу нарахування заробітної плати в виробничому відділі та бухгалтерії на прикладі шляхобудівного підприємства філії “Барвінківський райавтодор”.

Як видно, частину схеми документообігу відокремлено пунктирною лінією – це частина нарахування заробітної плати та утримань з неї, подання статистичної, фінансової та податкової звітності, що відбувається в бухгалтерському відділі філії.

Рекомендовано кожному працівнику даного підприємства надавати індивідуальний розрахунковий лист робітника. Для налагодженої роботи виробничого та бухгалтерського відділів філії доцільно встановити строки в які виробничий відділ повинен представляти документи для розрахунку заробітної плати та обліку робочого часу в бухгалтерію, а також строки для оформлення наказів про преміювання та іншу кадрову документацію.

Список літератури: 1. Сук Л. К. Організація бухгалтерського обліку: підручник / Сук Л. К., Сук П. Л., Піча Ю. В. – К. : Каравела, 2009. – 624 с. 2. Ткаченко Н. Узагальнення методичних підходів до організації обліку оплати праці / Н. Ткаченко // Україна: аспекти праці. – 2001. – № 5. – С. 31–36. 3. Потьомкін Л. Сучасні тенденції організації заробітної плати в промисловості України / Л. Потьомкін // Україна: аспекти праці. – 2003. – № 7. – С. 20–25. 4. Калина А. В. Облік та аналіз заробітної плати на підприємстві / А. В. Калина // Формування ринкових відносин в Україні. – 2005. – № 2. – С. 61–64. 5. Рожнов В. Організаційно-нормативні документи підприємства / В. Рожнов // Заробітна плата. – 2006. – № 1. – С. 9–14; № 2. – С. 18–21. 6. Соломонов С. Становлення системи оплати праці на підприємстві / С. Соломонов // Довідник економіста. – 2007. – № 6. – С. 73–77. 7. Пантелійчук Л. Про особливості відображення на рахунках бухгалтерського обліку рахунків за виплатами працівникам / Л. Пантелійчук // Праця і зарплата. – 2008. – № 9. – С. 17–21. 8. Катеринець Н. Облік праці за новими формами / Н. Катеринець // Дебет-Кредит. – 2009. – № 5. – С. 3–4.

К.С. Пошеннова, магістрант, НТУ «ХПІ». Харків

В.О. Матросова, к.е.н., доц., НТУ «ХПІ» Харків

УПРАВЛІННЯ РОЗВИТКОМ НЕМАТЕРІАЛЬНИХ АКТИВІВ ПІДПРИЄМСТВА

Управління нематеріальними активами доволі складний процес, оскільки необхідно вміти оцінити їх, структурувати, розробити стратегії їх розвитку тощо. Проблема полягає в тому, що немає єдиних рекомендацій чи підходів, які б допомогли підприємствам управляти розвитком нематеріальних активів для підвищення ефективності діяльності, випуску конкурентоспроможної продукції, завоювання нових ринків, створення нових брендів тощо.

Проблеми управління розвитком нематеріальних активів на підприємстві в сучасних умовах господарювання є доволі актуальними. Проблематику управління нематеріальними активами розглянуто у працях вітчизняних та зарубіжних вчених, таких як, Е. Брукінг, Н. Бонтіс, М. Браницькі, Л. Лукичева, А. Ліманські, О. Малинка, М. Мелоун, О. Мних, К. Свейбі, А. Устинко, А. Чухно.

Для підвищення ефективності виробничо-господарської діяльності, створення конкурентоспроможної та якісної продукції, завоювання нових ринків та формування відомого бренду, необхідно розробити рекомендації до управління розвитком нематеріальними активами. Власне управління розвитком нематеріальними активами ми розглядаємо як безперервний процес, що має циклічний характер. Процес управління нематеріальними активами повинен відповідати корпоративним цілям загальної стратегії розвитку підприємства.

Управління розвитком нематеріальних активів на підприємстві передбачає такі етапи:

- 1) формування цілей розвитку нематеріальних активів
- 2) оцінка вартості та структури нематеріальних активів
- 3) розроблення стратегії розвитку нематеріальних активів, яка передбачатиме формування напрямів їх розвитку на підприємстві
- 4) розроблення комплексу заходів щодо забезпечення розвитку нематеріальних активів
- 5) реалізація комплексу заходів
- 6) контролювання та корегування стратегії розвитку нематеріальних активів

Формування комплексу заходів щодо забезпечення розвитку нематеріальних активів передбачає розроблення певних управлінських рішень для кожної із складових нематеріальних активів (об'єктів інтелектуальної власності, ринкових активів, людських та інфраструктурних активів). В нашому дослідженні увага акцентується більшою мірою на ринкових, людських та інфраструктурних активах. На нашу думку, такі активи як патенти, ліцензії,

авторське право тощо, може придбати підприємство або створити власними силами за рахунок вкладення коштів за доволі короткий термін. Проте таким активам, як людські, потрібно приділяти значно більше уваги та часу, вкладати значні кошти, застосовувати успішний менеджмент, але не завжди витрачені зусилля та старання дають бажаний результат. За ступенем важливості та складності формування складових нематеріальних активів машинобудівного підприємства нами проранговані види нематеріальних активів за пріоритетом:

- 1) людські активи;
- 2) ринкові активи;
- 3) інфраструктурні активи;
- 4) нематеріальні активи у вигляді інтелектуальної власності.

Розглянемо детальніше кожен із напрямів забезпечення:

1) маркетингове забезпечення розвитку буде спрямоване на розвиток ринкових активів та передбачатиме впровадження системи маркетингової підтримки: рекламна діяльність, участь у конференціях та ярмарках, процес ціноутворення, створення іміджу підприємства, налагодження взаємовідносин із споживачами, постачальниками, державними органами влади, контактними аудиторіями.

2) кадрове забезпечення, що відповідатиме за розвиток людських активів, передбачатиме впровадження системи матеріального та морального стимулювання, процесів навчання та самонавчання, стажування працівників шляхом обміну між підприємствами, інвестування коштів у персонал

3) для розвитку інфраструктурних активів пропонується інформаційне забезпечення: формування системи інформаційного забезпечення між організацією та зовнішнім середовищем, впровадження різноманітних інформаційних та логістичних систем.

Нематеріальні активи мають важливе значення на сучасному етапі розвитку підприємств. Розроблені методичні підходи дають змогу менеджерам підприємств вибрати успішну стратегію управління розвитком нематеріальними активами. Застосування на практиці підходів до управління розвитком нематеріальних активів дозволить підприємствам генерувати та акумулювати інтелектуальний капітал, підвищувати ринкову вартість активів, покращувати якість продукції та її конкурентоспроможність, завойовувати нові ринки збуту, покращити ділову репутацію, просувати нові торгові марки та закріпити на ринку успішний бренд. Розроблені напрями забезпечення розвитку інтелектуального капіталу за групами дозволяють комплексно та системно розглянути проблеми формування портфелю нематеріальних активів на підприємстві.

С.Г. Саєнко, старший викладач, Запорізький національний університет,
Запоріжжя

ЗНАЧЕННЯ ТА СУТНІСТЬ ПОДАТКОВОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ

Податкове навантаження промислових підприємств регіонів потрібно визначати з особливостей податкового потенціалу кожного окремого регіону, тобто враховуючого специфіку та можливості виконувати планові державні завдання. Податковий потенціал промислових підприємств регіонів характеризується економічною структурою та забезпеченням його оподаткованими ресурсами, визначеними базами оподаткування. Вихідною складовою податкового планування та визначення податкового потенціалу промислових підприємств регіонів повинно бути визначення бази оподаткування, яка являє собою кількісну і фізичну характеристику об'єкта оподаткування та визначається для кожного виду податків.

Розрахунок податкової бази промислових підприємств регіонів повинен визначатися в регіональному розрізі з урахуванням галузевої структури по кожному виду податків. При цьому податкове планування повинне ґрунтуватися на результатах аналізу виконання податкових зобов'язань, а також моніторингу та прогнозу макроекономічної ситуації в регіонах [3, с. 36].

Для більш об'єктивного визначення бази оподаткування промислових підприємств регіонів та розрахунку на її основі податкового потенціалу повинно бути сформовано систему показників, які б визначили розвиток макроекономічної ситуації в регіонах, вплив галузевих і регіональних факторів на стан бази оподаткування та перспективи її розвитку. При цьому для розрахунку бази оподаткування повинні в першу чергу зараховуватись показники, що безпосередньо впливають на її формування:

- місце та роль у системі господарювання країни;
- спеціалізація регіону згідно з галузями господарювання, особливості розміщення та функціонування основних галузей господарювання;
- чисельність населення регіону, частка міського населення;
- валовий регіональний продукт (згідно з галузями регіону);
- обсяг випуску промислової продукції в фізичному та грошовому вираженні згідно з основними галузями промисловості;
- фінансово - економічний стан промислового підприємства основних галузей регіону - кількість прибуткових і збиткових підприємств;
- рівень і динаміка заробітної платні (інформація щодо заборгованості заробітної плати дозволить визначити доходи бюджету з прибуткового податку, що не надійдуть до бюджету своєчасно);
- великі платники регіону;

- обсяги експортних поставок згідно з галузями економіки регіону (для прогнозу сум відшкодування ПДВ підприємствам - експортерам).

При розрахунку бази оподаткування промислових підприємств регіонів повинні враховуватись комплексний аналіз і оцінка прибутковості територіальної власності регіону та бюджетної ефективності, якості виробничої та соціальної інфраструктури, потреб технологічного оновлення галузей регіону, ресурсної бази, забезпечення транспортом та інше.

Крім цього, необхідно врахувати ряд чинників, які значно впливають на базу оподаткування: неплатежі в економіці, заборгованість по заробітній платні, форми розрахунків (грошові, бартерні, вексельні та інші). Обов'язковим є аналіз впливу податків на зміну податкової бази промислових підприємств в регіонах, їх фінансового стану, форм розрахунків, правового статусу та холдингових структур. Показники повинні складати основу інформаційної бази розрахунку сукупного прибутку промислових підприємств регіону, його економічного, фінансового та податкового потенціалу [6, с. 32]. Ця інформаційна база свідчатиме про можливість економічного росту регіону та збільшення обсягів податкових надходжень. Вирішенню цього завдання сприяло б заповнення так званого "Податкового паспорта промислового підприємства", що містив би комплексну характеристику податкового потенціалу та податкового навантаження промислового підприємства та регіону взагалі.

Ці обставини є основною складовою та мають дуже важливе значення при формуванні бюджетів усіх рівнів, тому що в них повинні детальніше відображатися потреби регіонів у вигляді субсидій, субвенцій, дотацій тощо.

Використання наведеної системи показників сформує тенденції щодо визначення функціональних залежностей між обраними макроекономічними показниками та станом податкової бази промислових підприємств регіону, а значить для надання більш об'єктивної оцінки податкового потенціалу в промислових підприємств в галузях економіки та регіонів країни. Оцінка макроекономічної ситуації в регіонах з аналізом податкових надходжень від промислових підприємств, тенденцій розвитку податкової бази промислових підприємств та розробкою змін у податковому законодавстві створить основу для обґрунтованого складу бюджетів, а також об'єктивного перерозподілу коштів між бюджетами всіх рівнів з метою збалансованості бюджетного забезпечення регіонів. Оцінка податкового потенціалу промислових підприємств регіону повинна проводитись з урахуванням модернізації та формування нової системи бюджетних відносин, що ґрунтуються на збалансованому розмежуванні прибутків і витрат бюджетних коштів між бюджетом держави та бюджетами в регіонах. Такий підхід дозволить звернути увагу на ті регіони, де податковий потенціал промислових підприємств не дозволяє перекрити мінімально необхідні бюджетні витрати. На жаль, показники податкового потенціалу промислових підприємств, надходження податків і зборів, а також методика розрахунку податкової бази, на основі якої будується завдання з надходжень до бюджетної системи, ще не визнані економічно - статистичні показники.

Не визначений статус цих показників знижує ефективність податкового - бюджетного процесу. Зрозуміло, що спад середнього показника податкових надходжень хоча б на декілька відсотків тягне за собою значний недобір податків.

Тому показники податкового потенціалу промислових підприємств регіонів, методи їх оцінки повинні розглядатися як повноправні інструменти бюджетно-податкового планування та статистичного обліку.

УДК 338.45

С.Г. Саєнко, аспірант, Запорізький національний університет, Запоріжжя

МЕТОДОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ АНАЛІЗУ ВИКОРИСТАННЯ ТА ВІДТВОРЕННЯ ОСНОВНИХ ЗАСОБІВ МАШИНОБУДІВНОЇ ГАЛУЗІ

Ефективність діяльності машинобудівних підприємств оцінюється за допомогою ефективності використання ресурсного потенціалу; трудових ресурсів, матеріально-технічної бази, особливо в частині основних виробничих засобів, і визначається мінімізацією витрат ресурсного потенціалу на виробництво одиниці якісної продукції

Тривалий час серед вчених-економістів точилися гострі дискусії щодо критерію оцінки, системи показників та методів визначення економічної ефективності основних засобів підприємств, питання підвищення продуктивності суспільної праці чи збільшення національного доходу.

Економічні процеси ефективного використання та відтворення основних засобів потребують застосування різних методів сучасного економічного і статистичного аналізу; абстрактно-логічного (при здійсненні теоретичних узагальнень, розробці моделей економічного механізму ефективності використання основних засобів); статистико-економічного; розрахунково-конструктивного (при розрахунку фактичних показників економічної ефективності); графічного (при зображенні взаємозв'язків та розвитку окремих процесів та інструментів економічного механізму ефективності використання і відновлення основних засобів); економіко-математичного з використанням ПЕОМ і прикладних пакетів програми Microsoft Exelexпериментального.

Важливого значення в економічному аналізі ефективності основних засобів виробництва набуває правильний вибір та розрахунок показників, що характеризують рівень економічного ефекту від використання основних засобів у виробничих процесах господарської діяльності підприємств, врахування особливостей умови і характер експлуатації окремих видів основних засобів з різнорідними їх функціями у процесах виробництва. Враховуючи дані особливості, більшість економістів для аналізу економічної ефективності основних виробничих засобів пропонує систему показників, які визначені

особливостями машинобудівного виробництва і можуть застосовуватись при вивченні їх економічної ефективності на прикладі різних типів машинобудівних підприємств.

Загальноприйняте визначення економічної ефективності основних засобів виробництва характеризується співвідношенням між витратами на їх формування та отриманими економічними результатами, зокрема збільшенням обсягів виробництва, підвищенням якості товарів і послуг, зниженням собівартості продукції.

При вивченні економічної ефективності використання та відтворення основних засобів підприємств, зокрема в умовах ринку, необхідний системний підхід, який вимагає комплексного аналізу та розробки моделей і механізмів ефективного функціонування основних засобів (виходячи з потреби в них) що відповідає специфіці виробничого напрямку. Вимогами системного підходу є: вивчення суті явища як самостійної системи певного порядку; розробка системи синтетичних і аналітичних показників, які характеризують кількісно-якісні сторони ефективності використання та процесу відтворення основних засобів; вивчення законів, закономірностей і особливостей розвитку сільського господарства за рахунок належної матеріально-технічної оснащеності підприємств і, в першу чергу, якісного структурного її складу, що представлена головною складовою частиною – основними засобами виробництва. Системний підхід, пов'язаний з факторним аналізом, який вивчає вплив окремих чинників на ефективне використання та оновлення основних засобів, а також взаємозв'язок і взаємозалежність ефективності використання основних виробничих засобів та ефективності виробництва. Ця залежність дозволяє використати у процесі дослідження факторний аналіз в поєднанні з економіко-статистичними методами.

Ефективність відтворення передбачає безперервний процес оновлення основних виробничих засобів та визначається ефективністю системи розподілу виручки на частини, які використовуються для процесів простого і розширеного відтворення матеріально-технічної бази підприємства. Ефективність відтворення засобів виробництва передбачає цільове використання амортизаційного фонду, оптимальний вибір методу нарахування амортизації.

Рівень забезпеченості машинобудівних підприємств основними виробничими засобами, процеси їх відтворення необхідно досліджувати методами економічного аналізу наявності та стану основних засобів, їх структури, рядів динаміки, статистичних групувань, розрахунково-аналітичним, кореляційно-регресійним аналізом, порівнянням кількісних та якісних показників, розрахунково-нормативним та монографічним.

Методологія аналізу економічної ефективності використання та відтворення основних засобів передбачає обґрунтування головного критерію та розробку системи показників, коефіцієнтів, динамічних рядів; збір інформації та створення бази даних; аналіз та оцінку наявного стану, структури та потреби в основних засобах для комплексної оцінки діяльності машинобудівних підприємств; виявлення резервів збільшення обсягів виробництва продукції, нарощування виробничих потужностей, підвищення рівня їх дохідності та рентабельності.

Критерієм економічної ефективності використання основних виробничих засобів є підвищення продуктивності суспільної праці.

В умовах ринкових відносин ключовою проблемою є формування належного рівня забезпеченості основними виробничими засобами машинобудівних підприємств, з врахуванням розвитку інноваційних процесів, відповідно до їх спеціалізації, виробничого напрямку господарювання обумовлює поглиблений розгляд питань наукового обґрунтування методологічних підходів до вирішення проблеми економічної ефективності використання та відтворення основних виробничих засобів.

УДК 339.166.5

О.І. Савченко, к.е.н., доц., НТУ «ХПІ», Харків

Р.О. Нестеренко, ст.викл., НТУ «ХПІ», Харків

ТРАНСФЕР ТЕХНОЛОГІЙ ТА НАДАННЯ ПОСЛУГ З ВИКОРИСТАННЯ РЕЗУЛЬТАТІВ ІННОВАЦІЙНИХ РОЗРОБОК: ЄВРОПЕЙСЬКІ ПІДХОДИ

У доповіді зосереджується увага на необхідності ефективного управління процесами трансферу технологій, зокрема, як на зовнішньому, так і на внутрішньому рівнях.

Зовнішній транснаціональний трансфер технологій спрямований на виявлення інноваційних технологій і результатів наукових досліджень у своєму регіоні з метою просування їх через інноваційні мережі і оформлення транснаціональних угод у сфері технологій і інновацій.

Внутрішній транснаціональний трансфер технологій визначає технологічні потреби у місцевих галузях промисловості й співвідношення їх із пропозиціями інновацій і технологій з іншими центрами або іншими інформаційними джерелами з метою стимулювання міждержавного співробітництва в сфері технологій і інновацій.

Підкреслюється необхідність та досліджується певний досвід роботи центрів з трансферу технологій, які надають допомогу місцевим клієнтам, що є власниками результатів наукових досліджень і технологій, шляхом сприяння їхньому міждержавному впровадженню й трансферу в європейському контексті. Тому роль таких центрів повинна визначатися в наданні підтримки по впровадженню й трансферу технологій, з питань інновацій (інтелектуальна власність і т.д.), щоб прискорити роботу місцевих клієнтів у процесі трансферу технологій. Також необхідно виявляти (у співробітництві з іншими центрами й відповідними суб'єктами) результати інноваційних розробок і постачальників технологій (у європейському контексті), які задовольняють потреби місцевої промисловості, і просувати їх у своїх регіонах, надаючи допомогу місцевим клієнтам по впровадженню нових результатів інноваційних технологій шляхом

формування угод. Також зазначається, що робота повинна реалізовуватись відповідно до проведених патентно-кон'юнктурних досліджень, які б виявляли технологічні потреби місцевої промисловості і направляли діяльність по просуванню технологій на зацікавлені галузі.

Європейські країни мають багатий досвід в області політики комерціалізації, так само як і досвід конкретної практичної комерціалізації результатів науково-технічної діяльності. У доповіді зосереджується увага на необхідності створення інноваційної мережі, завданнями якої є надання членам мережі доступу до нових інструментів, механізмам інноваційного розвитку, можливостям навчання в сфері реалізації інноваційної політики, спрямованої на підвищення інноваційного й конкурентного потенціалу компаній кожного окремого регіону.

Обговорюється необхідність активізації університетів у роботі спеціального конкурсу, що проводиться в рамках Рамкових Програм Євросоюзу.

Саме підтримка з боку таких проектів дозволила б пілотним тренінговим центрам створити можливості для забезпечення організаційних, технічних, юридичних, фінансових і маркетингових аспектів їхньої діяльності.

Наводиться аналіз заходів з підтримки пілотних центрів, які могли б включати наступні дії:

- консультації по розвитку бізнесу з урахуванням індивідуальних запитів від кожного центру,
- розробка трирічного плану розвитку й стратегії маркетингу, що спрямовані на просування інноваційних розробок на національному й міжнародному рівнях,
- умови надання обладнання для зміцнення матеріально-технічної бази центрів,
- забезпечення зв'язку з потенційними клієнтами на національному й міжнародному рівнях, сприяння у встановленні комерційних зв'язків,
- підготовка плану дій з комерціалізації результатів інноваційної діяльності,
- навчання персоналу центрів,
- сприяння інтеграції в міжнародні науково-дослідні консорціуми.

Зазначається необхідність визначення найбільш ефективних комунікаційних інструментів, починаючи від технологічних брокерів до використання електронної комунікаційної платформи.

У своїй діяльності, наприклад, мережа IRC використовує наступні інструменти мережної взаємодії: щорічні конференції, дні трансферу технологій, тематичні робочі групи, брокерські «з'їзди» (brokerage events), сайт www.innovationrelay.net/IRCnetwork, систему Intranet комунікацій – Business Bulletin System (BBS), лекції, навчальні сесії, розширені семінари, вступні курси для нових співробітників.

Тематичні робочі групи – це об'єднання фахівців, діяльність яких зосереджена на певних тематичних технологічних секторах (наприклад,

біотехнології, авіабудування, нові матеріали, продукти харчування, машинобудування й т.д.). Вони найбільш уважно вивчають, що відбувається в їхній технологічній галузі, найбільш повно інформовані та можуть представляти інтереси своїх клієнтів - компаній, наукових організацій.

Участь у тематичних робочих групах дозволяє технологічним брокерам найбільш ефективно здійснювати моніторинг виникаючих технологічних проблем або запитів і пропонувати компетенції своїх клієнтів для їхнього рішення.

За даними мережі IRC до 35% всіх «історій успіху» по передачі технологій виникали через спілкування й контакти брокерів саме в рамках тематичних робочих груп.

Використання загальної спеціалізованої системи комунікацій (наприклад, з використання InternetIntranet технологій) є потужним інструментом для забезпечення обміну інформацією й інформування учасників мережі. У той же час електронна платформа є інструментом підтримуючої комунікації. Це означає, що її архітектура визначається потребами членів мережі й видом їхньої діяльності. Наприклад, у мережі IRC електронна платформа забезпечує дві основні функції:

- розміщення, обмін і моніторинг профілів технологічних запитів або пропозицій, включаючи автоматичне виявлення «відповідностей» між наявними запитами,

- обмін методичними матеріалами, інформування учасників мережі про новини, події й т.д.

Таким чином, зазначається, що інноваційно-креативна економіка потребує більш інтенсивного розвитку процесу комерціалізації та трансферу технологій, тобто наукові дослідження повинні збільшувати вартість компаній та робити їх більш привабливими для інвесторів. Один із можливих шляхів – створення міжнародних інноваційних мереж.

УДК 338.45:658.27

Е.О. Сапожніков, старший викладач, Харківський соціально-економічний інститут, Харків

Д.В. Безугла, студентка, Національний технічний університет «ХПІ», Харків

ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНІ АСПЕКТИ ТЕХНІЧНОГО ПЕРЕ-ОЗБРОЄННЯ ВИРОБНИЦТВА

Макроекономічні підходи до вирішення інноваційних проблем технічного переозброєння підприємств означають розробку та впровадження комплексу організаційно-економічних заходів загальнодержавного значення, що сприятимуть суттєвому підвищенню рівня науково-технічних та інноваційних

досліджень і забезпечать на цій основі нові можливості для підприємств щодо реалізації планів їх технічного переозброєння.

На основі проведених досліджень існуючого стану технічного переозброєння вітчизняних підприємств можна виділити наступні макроекономічні проблеми, що потребують ефективних підходів для свого вирішення [1]:

1) підняття на принципово-новий, підвищений рівень, обсягів державного фінансування науково-технічних та інноваційно-впроваджувальних робіт, як частки валового внутрішнього продукту держави, що відповідає сучасним потребам технічного переозброєння промисловості;

2) вдосконалення податкового законодавства у напрямку створення сприятливих умов для інноваційної діяльності підприємств і проведення на цій основі їх технічного переозброєння;

3) вдосконалення системного інноваційного менеджменту, тобто загальнодержавної структури управління, розвитку і організаційно-економічної підтримки суб'єктів інноваційної діяльності усіх форм власності незалежно від напрямів здійснюваних ними робіт – науково-дослідних, конструкторсько-технологічних, експериментальних чи інноваційно-впроваджувальних, а також без обмежень їх галузевої належності;

4) розвиток ринкової інфраструктури експертних, інформаційних, фінансово-інвестиційних та дослідницьких установ інноваційного спрямування, призначених для сприяння вирішенню проблем технічного переозброєння підприємств;

5) розвиток інтеграційних процесів в області інноваційних досліджень і впровадження їх результатів у сферу реальної економіки, в тому числі з метою здійснення технічного переозброєння виробництва.

Для вирішення актуальних макроекономічних проблем технічного переозброєння підприємств пропонується розвиток ринкової інфраструктури на основі нових ефективних інноваційних механізмів.

Досвід минулих років показав неефективність Державного інноваційного фонду, але зараз виникає актуальна необхідність створення більш ефективної державної структури з підтримки інноваційної діяльності. На наш погляд, це може бути Державний інноваційний консорціум (ДІК), схема функціонування якого наведена на рисунку.

Пропоновані функції ДІК дозволяють здійснювати експертний відбір найбільш перспективних інноваційних проектів, створювати для їх виконання експерентні фірми у формі консорціумів (тобто цільових юридично-незалежних утворень, що діють тільки під час виконання проектів), здійснювати фінансово-інвестиційне забезпечення інноваційних проектів та організаційно-економічне управління їх виконанням, сприяти процесу ринкової дифузії інновацій [2].

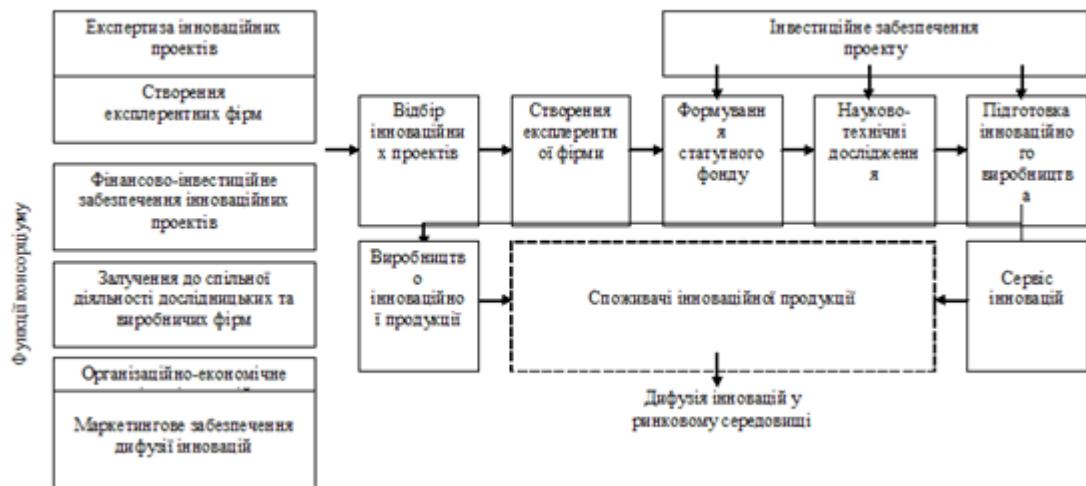


Рисунок - схема функціонування Державного інноваційного консорціуму

Література: 1. Сапожніков Е.О. Інноваційні проблеми технічного переозброєння виробництва: Монографія.-Харків: ХНУ ім. В.Н. Каразіна, 2005.-260с. 2. Е.О. Сапожніков, Д.В. Безугла. Тенденції розвитку інноваційної діяльності підприємств Харківської області // Вісник Національного технічного університету «ХПІ». Збірник наукових праць. Тематичний випуск: «Технічний прогрес і ефективність виробництва». - Харків НТУ «ХПІ». – 2008 - №55(1), с. 61-66.

УДК 314.33; 330.341.1

Л. І. Слюсар, к.е.н., Інститут демографії та соціальних досліджень ім. М.В.Птухи НАН України

ДЕМОГРАФІЧНІ ОБМЕЖЕННЯ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ТА ШЛЯХИ ЇХ ПОДОЛАННЯ

Суспільству початку ХХІ століття, яке, як правило, визначають як суспільство постіндустріальне чи інформаційне, іманентна інноваційна модель суспільного розвитку, тобто швидке впровадження у різні сфери найбільш передових технічних, технологічних та соціально-економічних ідей, що є головним імпульсом постійного якісного оновлення і розвитку. Ця модель базується на нових наукових знаннях, передових інформаційних технологіях, послугах і продуктах, на «виробництві» нових ідей і їх швидкому втіленні у практику. Загальновизнано, що інноваційний розвиток є неможливим без високої якості населення, в першу чергу сучасної якості, тобто здатного до постійного оновлення отриманих знань, сприйняття технічних, технологічних та соціальних нововведень, професійної гнучкості і мобільності. Отже, необхідною складовою стратегії інноваційного розвитку є не тільки створення дієвих механізмів ініціювання цієї моделі розвитку, але і формування населення, здатного до цього розвитку.

Реальне населення як сукупність індивідів певної конкретно-історичної якості має не тільки соціальні властивості-якості, але і «фізичне тіло», тобто певний статеві-віковий склад. Вищенаведені якості (гнучкість, мобільність, ініціативність, сприйнятливність до інновацій) притаманні в першу чергу особам молодшого та середнього працездатного віку. Однак закономірністю сучасного демографічного розвитку є старіння населення, тобто зростання абсолютної кількості і питомої ваги осіб похилого віку, що є наслідком сучасного режиму відтворення населення. Отже існує певна «демографічна пастка» щодо можливостей інноваційного розвитку: з однієї сторони, інноваційний розвиток потребує осіб у «найбільш творчому і ініціативному» молодому віці, з іншої – суттєві досягнення у збільшенні тривалості життя та сучасний режим народжуваності об'єктивно продукують процес демографічного старіння.

На опосередковану роль вікових груп у соціальних процесах вказував ще П. Сорокін. Демографічне старіння, яке стосується населення в цілому і робочої сили зокрема, зумовлює низку суспільно-економічних викликів, серед яких найбільш серйозними є трансформація трудового потенціалу, змінна співвідношення економічно активної й неактивної частини населення, старіння робочої сили за її недостатньої освітньо-професійної гнучкості (включаючи здатність до засвоєння нових знань та легкість “звільнення” від застарілих знань та навичок), що набуває особливого значення в умовах інноваційного соціально-економічного розвитку. Постаріння населення і його працездатного контингенту так чи інакше тягне за собою ослаблення його адаптаційних можливостей, зниження професійної мобільності, ймовірно погіршення деяких інших трудових якостей.

«Вихід» з цієї ситуації сучасний світ знаходить у адаптації всіх сторін життя суспільства до умов старіння населення, і в першу чергу у збільшенні періоду продуктивної творчої праці, що можливо лише при достатньому рівні здоров'я та освітньо-професійної гнучкості осіб літнього віку. Підвищення продуктивності праці, конкурентоздатності, творчої активності **всього економічно активного населення** є необхідною передумовою подальшого економічного розвитку. В умовах, коли зміна ідей, знань і технологій відбувається набагато швидше, ніж зміна поколінь людей, освоєння новітніх наукових та техніко-технологічних досягнень особами всіх вікових груп відбувається через **розвиток системи безперервної освіти**, надання дорослому населенню можливостей продовжувати навчання все життя.

Суперечливість сучасного етапу розвитку українського суспільства – етапу соціально-економічної трансформації – підсилює виклики, що продукують старіння населення. Україна належить до демографічно найбільш старих країн, в яких частка населення віком 60 років і старше перевищує 20% (на 1.01.2011 р. – 20,9%, у т.ч. у міських поселеннях – 19,8%, у сільській місцевості – 23,4%). Негативний вплив демографічного старіння підсилюють несприятливі соціально-демографічні тенденції:

- низький рівень народжуваності: зниження рівня народжуваності протягом 1990-2001 рр. сформувало негативну «демографічну хвилю», наслідки якою будуть спостерігатись у майбутньому;
- передчасна смертність населення, в першу чергу надлишкової смертності чоловіків працездатного віку (її пік припадає на 35-45 років);
- зовнішня трудова міграція, внаслідок якої країну покидають найбільш активні, ініціативні молоді люди, досить часто з високим рівнем освіти;
- маргіналізація частини населення внаслідок складної перебудови соціальної стратифікації суспільства на принципах посилення економічної і соціальної нерівності, поширення бідності й злиденності, безробіття.

Однією з найбільш гострих соціально-демографічних проблем сучасної України є низький рівень найважливішої характеристики-якості населення – його здоров'я і життєздатності, що дозволяє демографам оцінювати сучасний стан як медико-демографічну кризу (В. Стешенко, І. Курило). Здоров'я є тією найважливішою властивістю, яка є передумовою реалізації потенцій як окремої особистості, так і населення в цілому в усіх сферах життя суспільства, у тому числі потенцій до творчої активності, ініціативності та інших якостей, без яких інноваційний розвиток неможливий.

Отже, інноваційний розвиток як економіки, так і інших сфер життєдіяльності неможливий без врахування специфіки демографічної ситуації. Необхідна адаптація економічної системи та системи освіти до наслідків старіння населення, в першу чергу зниження трудомісткості виробництва, збільшення інвестицій у людський капітал, створення умов для навчання впродовж життя як у межах установ формальної освіти, так і формування мотивацій індивідуального освітньо-професійного саморозвитку. В умовах сучасної України пріоритетом повинно стати і поліпшення здоров'я населення (фізичного, психічного, морального), без чого неможливе повне розкриття його творчих потенцій.

УДК 330.341.1

В.А. Соколенко, професор, к.е.н., НТУ «ХПІ», Харків

Н.В. Віхляєва, аспірант, НТУ «ХПІ», Харків

ОБГРУНТУВАННЯ СИСТЕМИ ІНДИКАТОРІВ ОЦІНКИ ІННОВАЦІЙНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ЕЛЕКТРОЕНЕРГЕТИЧНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Інноваційний потенціал електроенергетики представляє собою сукупність усіх інноваційних ресурсів функціональних блоків галузі, характеризуючи максимальне їх використання в цілях підвищення конкурентоспроможності національної економіки. На сьогоднішній день, питання відсутності єдиної системи показників оцінки інноваційного потенціалу є досить актуальним.

Безліч учених неодноразово піднімали цю проблему, але і досі питання залишається відкритим.

На наш погляд, за результатами аналізу різних думок авторів, до основних складових інноваційного потенціалу слід віднести такі:

- кадрова (склад і кваліфікація фахівців, компетентність керівництва, трудова етика, доля працюючих в інтелектуальній сфері, тощо);
- виробнича (оновлення виробничих фондів, виробництво нових видів продукції, продуктивність праці, транспорт, якість матеріалів, тощо);
- технологічна (технічний рівень і термін служби устаткування, наявність патентів, міра захищеності комерційної інформації, тощо);
- інформаційна (обчислювальна техніка і устаткування активної частини основних фондів установ, виконуючих НДДКР, науково-технічна література, сучасні автоматизовані програми);
- фінансова (витрати на дослідження і розробки, внутрішні витрати на НДДКР, витрати на підвищення кваліфікації і навчання кадрів, тощо);
- ринкова (конкурентоспроможність продукції, доля інноваційної продукції в загальному об'ємі промислової продукції, наявність попиту, ефективність маркетингових заходів тощо).

Для того, щоб оцінити стан інноваційної діяльності як на окремому підприємстві, так і в цілому по галузі, на нашу думку, необхідна система постійного моніторингу за змінами складових інноваційного потенціалу. Регулярна фіксація змін складових інноваційного потенціалу дозволить підприємствам своєчасно коригувати цілі і завдання для їх досягнення.

На наш погляд раціональна методика оцінки інноваційного потенціалу повинна складатися з таких етапів:

1. Визначення фактичних значень індикаторів потенціалу.
2. Формування шкали оцінок по кожному індикатору у балах
3. Бальна оцінка кожного індикатора за шкалою оцінок.
4. Визначення вагової значущості індикатора.
5. Оцінка потенціалу як середньозваженої суми бальних оцінок.

Формування шкали оцінок по кожному індикатору у балах по індикаторах, які набувають числових значень, крок шкали визначається від амплітуди значень індикаторів по підприємствах.

По індикаторах, які не мають кількісних одиниць виміру (наприклад, наявність програми перспективного розвитку), оцінка встановлюється експертним шляхом на якісному рівні. Наприклад, масштабність і міра новизни інноваційної програми (абсолютна, відносна, умовна).

Слід також відмітити, що така система індикаторів комплексно характеризує науково-організаційні, інженерно-технічні, інноваційно-технологічні, патентно-конструкторські, інноваційно-координаційні та інтелектуальні ресурси підприємств електроенергетичного комплексу. При цьому об'єднання і узгодженість інноваційних рішень по різних розділах сприятимуть синергетичному ефекту, що відбивається такими індикаторами:

- наявність програми перспективного розвитку;

- наявність модернізованого, реконструйованого, нового обладнання;
- дотримання термінів будівництва і модернізації устаткування;
- наявність сучасних автоматизованих цифрових засобів;
- реалізовані проекти;
- наявність програм підвищення кваліфікації кадрів;
- наявність ліцензій, патентів;
- наявність міжнародних Угод, спрямованих на інноваційну діяльність;
- впровадження програм Управління якістю;
- наявність працівників, що мають вчений ступінь.

Таким чином, для забезпечення модернізації підприємств електроенергетики потрібний об'єктивний комплексний підхід до оцінки науково-технічного потенціалу електроенергетичних підприємств, суть якого полягає в усебічній оцінці інноваційною активності підприємств, що створює умови для ефективного управління інноваційною діяльністю. Оцінка і моніторинг змін складових інноваційного потенціалу сприятимуть активному залученню інвесторів, що, у свою чергу, позначиться на підвищенні інноваційної активності і, отже, на економічній безпеці, використання методу оцінки інноваційного потенціалу у рамках стратегічного планування.

Перехід електроенергетики на інноваційний шлях розвитку може забезпечити реалізація наступних стратегічних цілей: збереження цілісності, розвиток єдиної енергетичної системи країни, її інтеграція з іншими энергооб'єднаннями; підвищення ефективності функціонування і забезпечення стійкого розвитку електроенергетики (зниження експлуатаційних витрат, поліпшення якості електроенергії, скорочення технологічних втрат, забезпечення зростаючого попиту), підвищення енергетичної і екологічної ефективності, постійне нарощування інноваційного потенціалу; розвиток альтернативних джерел енергії; забезпечення стійкого відтворення висококваліфікованих кадрів.

УДК 338.22

О.М. Соколова, к.е.н., доцент, НАДУ при Президентіві України, Київ

МІСЦЕ ІННОВАЦІЙ В ЕКОНОМІЧНОМУ РОЗВИТКУ УКРАЇНИ

У ХХІ ст. динаміка і якість економічного розвитку, місце країни у світовому співтоваристві все більше залежить від технологічних зрушень, здійснюваних на базі інновацій. Це знаходить своє вираження, по-перше, в інтенсивному зростанні інвестицій в наукові дослідження і розробки, технологічні і організаційні інновації та підвищення економічної віддачі від них (до того ж основний ефект досягається за рахунок не стільки безпосереднього первісного впровадження інновацій, скільки внаслідок широкого розповсюдження і застосування інноваційних продуктів і послуг); по-

друге, випереджаючому розвитку високотехнологічних галузей промисловості, збільшення наукоємності та інвестиційної активності всіх секторів економіки; по-третє, виникненні нових видів економічної діяльності.

В Україні інноваційний шлях розвитку офіційно був проголошений ще у 1998 р., коли Уряд прийняв Постанову «Про розробку Державного плану науково-технічного розвитку України на 1999-2005 роки та визначення інноваційних пріоритетів держави». З того часу сформувалося досить розгалужене законодавче забезпечення інноваційної діяльності. Проте інноваційна активність українських підприємств не набула системного і загальносуспільного характеру.

За 2000-2010 рр. частка інноваційно-активних промислових підприємств зменшилась з 18,0 % до 13,8 % [2, с. 323]. В промислово розвинутих країнах 50-80 % підприємств займаються інноваціями, у країнах Центральної та Східної Європи, недавно прийнятих до Європейського Союзу – 30 % [1, с. 33]. Ще більш вражаючими є показники впровадження інновацій промисловими підприємствами України. Якщо у 2000 р. впроваджувало інновації 1491 промислове підприємство, то у 2010 р. – 1217. Тільки 203 підприємства у 2010 р. займались впровадженням маловідходних, ресурсозберігаючих та безвідходних технологічних процесів [2, с. 325]. Наведені статистичні дані свідчать про відсутність у підприємницького сектору України інтересу до інновацій як фактора конкурентоспроможності.

Подолати ці негативні процеси можливо лише при активній державній підтримці інноваційного підприємництва. Головне – це об'єктивно розібратися з проблемами, що виникають, і розробити конкретні заходи для їх подолання.

В Україні сьогодні є два документи прийнятих на найвищому рівні – Програма розвитку інвестиційної та інноваційної діяльності в Україні, яка затверджена постановою Кабінету Міністрів України від 2 лютого 2011 р. та Програма економічних реформ на 2010-2014 роки «Заможне суспільство, конкурентоспроможна економіка, ефективна держава», розроблена Комітетом економічних реформ при Президентові України. Позитивно, що наголос робиться на залученні інвестицій не тільки для модернізації базових галузей, а й створення інноваційної інфраструктури, сприйняття бізнесом інноваційного шляху економічного розвитку країни.

Водночас для реального включення інноваційного фактора у механізм структурних перетворень і модернізації економіки необхідно переосмислити сутність інновацій, глибше його зрозуміти. Вищі органи влади сприймають інновації як інструмент розвитку економіки. Проте маржиналісти, які ввели підприємництво як четвертий фактор виробництва, розуміли, що воно є оптимізацією спільного використання землі, праці, капіталу, тобто інновації і підприємництво є синонімами. Отже, умовою побудови сучасної конкурентоспроможної економіки є наявність інноваційного підприємництва.

Інноваційний розвиток України пропагується на всіх щаблях влади як єдиний спосіб ліквідації технологічного розриву між нею і промислово розвинутими країнами. Дилемою залишається яку стратегію економічного

розвитку обрати: імітаційну - базування на запозичених іноземних технологій чи інноваційну – спираючись на національні нововведення.

Імітаційну стратегію обрали країни Південно-Східної Азії і розглядали її як самодостатню. Треба відзначити, що імітаційна стратегія з 1960 по 1990 рр. мала позитивні результати. Завдяки їй багато країн, навіть індустріальні, досягли успіху. Так, Японія забезпечила технологічні переваги на довгий час у світі завдяки швидкій адаптації «підхоплюваних» технологій і продуктовим інноваціям. Але на початку 1990-х років вона втратила ці переваги на світовому ринку, а економіка країни увійшла у глибоку рецесію. Отже, імітаційний шлях розвитку має обмеження, оскільки він слугує лише «конвеєром» для країн, які обрали інноваційну стратегію.

В Україні невелика частка інноваційно-активних підприємств спирається переважно на імпорт технологій з промислово-розвинутих країн і ряду країн, що розвиваються (Індія, Китай). Лише 13 % імпортованого обладнання відповідає потребам сьогодення. При купівлі переваги віддаються більш дешевій, але вже морально-застарілій продукції. Таким чином, техніко-технологічне відставання закладається на перспективу.

Довготривала орієнтація на імітаційний розвиток приводить країну рано чи пізно у глухий кут. Підтримка пріоритетних напрямків інноваційної діяльності, технологічного розвитку головним чином повинна спиратись на власні нововведення. Імпульс до нововведень, як правило, походить від приватного сектора, що вимагає децентралізації прийняття економічних рішень. Роль держави полягає у створенні сприятливого середовища для розвитку конкуренції і підприємництва.

Список використаних джерел: 1. Мамонтова Н. Тенденції та особливості формування інтелектуального капіталу в Україні / Н. Мамонтова // Економіка України. – 2010. - № 8. – С. 30-30. 2. Статистичний щорічник України за 2010 рік / Державна служба статистики України. – К: ТОВ «Август Трейд», 2011. – 559 с.

УДК 338.24

М. І. Стегней, к.е.н., доцент, Мукачівський державний університет,
Мукачево

ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ АГРАРНОГО ВИРОБНИЦТВА ТА УКРАЇНСЬКОГО СЕЛА

В сучасних умовах інтенсивного розвитку інтеграційних процесів для економіки багатьох європейських країн та України, питання розвитку аграрного виробництва є надзвичайно актуальним, особливо, для забезпечення соціально-економічного піднесення сільських територій. Сільську місцевість розглядають не тільки як місце проживання значної частини населення, а також як

невід'ємну частину аграрного сектора, якому належить вагома роль у забезпеченні продовольчої безпеки країни.

Слід зазначити, що особливості соціально-економічного розвитку сіл та аграрної сфери широко висвітлюється в наукових працях провідних учених України. Серед яких д В.Г. Андрійчук, О. Гудзинський, О. Гудзь, В.І. Благодатний, П.І. Гайдуцький, М.С. Герасимук, І.В. Гончаренко, М. Дем'яненко, З.О. Луцишин, П.М. Макаренко, М. Малік, Л.О. Мармоль, А.А.Пересада, П.Т. Саблук, Н.С. Танклевська, В.І. Топіха, Д.Ф.Харківський, Л. Худолій, А.Чупіс та ін. Вони збагатили економічну науку фундаментальними ідеями та теоретичними положеннями, на базі яких можна робити певні узагальнення та проводити подальші дослідження. Проте вивчення даної проблеми в умовах наслідків світової фінансової кризи залишається актуальним, оскільки, на сьогодні, не достатньо вивчені риси притаманні попереднім та сучасному етапам розвитку інтернаціоналізації господарських процесів і обставин, які необхідно врахувати в практиці забезпечення процесу розвитку агро продовольчої сфери. Залишається малодослідженою проблема формування й реалізації дієвого механізму ефективного розвитку аграрного виробництва та селищних інституцій, принципів, факторів та закономірностей його впровадження.

АПК потребує фінансової підтримки і фінансового захисту оскільки останній характеризується сезонністю виробництва, циклічністю, великим періодом кругообігу капіталу, до того ж аграрна сфера забезпечує виробництво продовольчих ресурсів, а отже і продовольчу безпеку країни. Незважаючи на низький рівень забезпеченості виробничими фондами, агропромислове виробництво виробляє близько третини валового внутрішнього продукту.

Останні роки в аграрному секторі економіки України ринкові перетворення, пов'язані з процесом виробництва сільськогосподарської та продовольчої продукції, не завжди відповідають вимогам системності та комплексності. Посилюються негативні явища у сфері збуту продукції, значний рівень тінізації аграрного ринку, неефективна структура продажу продукції, посилився диспаритет цін. Значною мірою ускладнюють ситуацію несприятливі погодні умови, посилилися перекоси на ринку зерна і продуктів його переробки, деформувалися цінові пропорції, у тому числі через некоректне адміністративне втручання та ін.

Постала проблема створення спеціальної ринкової інфраструктури для здійснення прозорих процедур продажу продукції виробниками безпосередньо споживачам, у т. ч. посередницьким комерційним структурам, а також розгалужена заготівельно-збутова мережа, зорієнтована на велику кількість продавців і покупців та різних товарних партій продукції. Для вирішення цієї проблеми в регіонах було створено акредитовані відповідно до вимог аграрного ринку біржі, практично в кожному районі агроторговий дім, ринок, у кожному селі – заготівельні пункти, кооперативи.

Проте рівень використання новоствореної інфраструктури досі вкрай низький. Обсяги реалізації продукції безпосередньо товаровиробниками на

біржах низькі. Мало укладається ф'ючерських угод, мало проводиться аукціонів з продажу живої худоби, оптових партій овочів, фруктів тощо. Недостатня кількість функціонуючих торгових домів, обслуговуючих кооперативів, заготівельних пунктів, а обсяги продажу продукції через зазначені об'єкти ринкової інфраструктури незначні. Продовольчі ринки здебільшого працюють як базари, а не як організовані оптово-роздрібні торговельні структури, їхня матеріально-технічна база слабка.

Проблеми пов'язані із світовою фінансовою кризою позначилися на формуванні попиту на сільськогосподарську продукцію. Залишається високою частка сімейних бюджетних витрат на продукти харчування (понад 50%), тоді як у країнах європейського союзу – 15-25%. Особливо низький рівень споживання спостерігається серед малозабезпечених категорій населення. У зв'язку з цим, стимулювання споживчого попиту слід починати насамперед із підвищення купівельної спроможності малозабезпечених категорій, які споживають продуктів значно менше, ніж забезпечені сім'ї.

Підвищення купівельної спроможності малозабезпечених категорій населення до рівня споживачів, прибутки яких перевищують прожитковий мінімум, сприятиме значному зростанню річного сукупного споживчого попиту на хліб, м'ясо і молоко. Але загальний потенціал споживчого попиту значно більший. Підвищення рівня споживання продовольства до рекомендованих Українським науково-дослідним інститутом харчування норм споживання основних видів продуктів уможливило б підвищення сумарного споживчого попиту на десятки млрд грн, з яких 60% - потенційні доходи аграрного сектору.

Враховуючи вищезазначене, доцільно зауважити, що деградація села підриває основи подальшого розвитку не лише аграрного сектору, але й усього суспільства через загрозу продовольчій безпеці, звуження демографічно - відтворювальної бази, втрату культурної спадщини та соціального контролю над територією держави. Саме тому нагальною потребою є створення умов для реалізації багатофункціональності сільського господарства і села в інтересах суспільства.

Таким чином, аграрний сектор, який забезпечує більшість продуктів харчування, має великі можливості для суттєвого зростання і повнішого забезпечення споживчого попиту.

УДК 332.2:330.302.1

І. П. Степанчук, аспірантка, Волинський національний університет ім. Лесі Українки, Луцьк

ПРІОРИТЕТИ РЕГІОНАЛЬНОЇ ІННОВАЦІЙНОЇ ПОЛІТИКИ ЯК НЕОБХІДНА УМОВА ФОРМУВАННЯ ІННОВАЦІЙНОЇ СИСТЕМИ

Сучасна регіональна політика в Україні передбачає зміцнення потенціалу розвитку регіонів країни та їхньої конкурентоспроможності. Основним

пріоритетним завданням регіональної політики, спрямованої на підвищення технологічної модернізації, повинен стати розвиток науково-технологічного та інноваційного потенціалу регіонів. Таким чином процес поширення інновацій від централізованого повинен перейти до локального, коли окремі регіони завдяки інноваційним процесам стануть „точками інноваційного зростання” економіки.

Економічно розвинуті країни використовують такі напрямки державної регіональної політики: 1. Реструктуризація економіки регіонів, яка базується на максимальному використанні його внутрішнього потенціалу і орієнтована на регіональний ріст, враховуючи особливості регіону. 2. Врегулювання економічного розвитку в країні з метою забезпечення збалансованого регіонального розвитку і допомоги депресивним регіонам. 3. Регіональний підйом, що підтримується урядом та місцевими органами влади.

Регіональна політика повинна бути спрямована на допомогу регіонам, сприянні розвитку інноваційної інфраструктури та інших заходів, спрямованих на покращення інноваційного бізнес-середовища. У світі інновативність економіки визначається на рівні 40%. Який забезпечується за рахунок результатів наукових досліджень та їх технологічного застосування, в українській економіці застосування інновацій знаходиться на межі 10-12%, на противагу 70-80% інноваційно активним підприємствам у розвинених країнах.

Директивними орієнтирами для формування регіональної інноваційної політики є Концепція державної регіональної політики, Концепція науково – технічного та інноваційного розвитку України, акти інноваційного законодавства. Законом України „Про пріоритетні напрямки інноваційної діяльності в Україні” визначено такі стратегічні напрямки інноваційної політики на період до 2013 року: 1) нові джерела енергії; новітні ресурсозберігаючі технології; 2) машинобудування як основа високотехнологічного оновлення; 3) нанотехнології, мікроелектроніка, інформаційні технології, 4) розвиток біотехнологій; 5) розвиток сільського господарства; 6) реконструкція транспортні системи; 7) хорона навколишнього середовища; 8) розвиток інноваційної культури. Вони враховують як світові тенденції, так і специфіку розвитку національної економіки.

Системний аналіз дозволяє визначити регіональну інноваційну політику як складову державної науково – технічної, інноваційної політики і основну складову регіональної соціально-економічної політики державних та регіональних органів влади, а також інших державних організацій та їх регіональних структурних підрозділів, комплексу міроприємств, спрямованих на стимулювання інтенсифікації інноваційних процесів в регіоні шляхом використання інноваційних потенціалів регіонів та їх посиленням завдяки залученням складових інноваційної інфраструктури.

Наступне ключове питання при формуванні регіональної науково-технічної політики – визначення її цілей. Вони, на наш погляд, повинні значною мірою впливати на конкурентоспроможність і в перспективі на економічне зростання в регіоні; б) процес їх досягнення повинен ґрунтуватися

місцевими органами влади. В якості головної мети науково-технічної політики регіону можна запропонувати забезпечення його інноваційної орієнтації, тобто провадження у виробництво науково-технічних досягнень, що підвищують конкурентоспроможність економіки, з урахуванням концепції соціально-економічного розвитку. Вона створює механізм управління програмами, що забезпечує: 1. Можливість планування «наскрізного» циклу дослідження виробництва із завершенням його на стадії розповсюдження нововведення і організацію об'єднання ресурсів та учасників інноваційного процесу. 2. Спрямованість на реалізацію цілей соціально-економічного розвитку регіону. 3. Узгодження поставлених цілей з необхідними для них ресурсами. Кінцева мета такого планування – підвищення конкурентоспроможності за рахунок підвищення технологічного рівня пріоритетних галузей регіональної економіки.

Слід зазначити, що розроблено Програму науково– технічного та інноваційного розвитку Волинської області на 2009 - 2013 роки. Зокрема, керуючись положеннями програми пріоритетними завданнями інноваційного розвитку області є: розвиток регіональної інноваційної інфраструктури; центрів трансферу технологій (наукових парків, регіональних інноваційних кластерів, венчурних фондів) тощо. У межах завдань програми до 2013 року має бути :

створено 75 інноваційних підприємств, які матимуть понад 3700 нових робочих місць для висококваліфікованих фахівців;

залучено близько 1501 млн. гривень для реалізації інновацій;

прискорено темпи виробництва інноваційної продукції на 10%;

підвищено інноваційну активність промислових підприємств .

На сьогоднішній день, виходячи з проаналізованих факторів ми можемо окреслити такі стратегічні завдання, що потрібно вирішити найближчим часом на регіональному рівні. Політика державної підтримки інноваційного розвитку регіону з урахуванням специфіки територіальних особливостей, забезпечується на основі 1) створення та функціонування кооперативних мереж, які об'єднують активні підприємницькі структури в регіонах, що сприяють безперервному поширенню інновацій в регіонах; 2) впровадження нових економічних проектів на регіональному рівні з метою підвищення ефективності реалізації програм економічного розвитку регіонів та держави в цілому.

УДК 338.22(075.8)

М.О. Ткаченко, асистент НТУ «ХПІ», м Харків

ОЦІНКА ПОТЕНЦІЛУ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ НА КОЖНОМУ ЕТАПІ ЙОГО ФУНКЦІОНУВАННЯ

Промислове підприємство являє собою організовану множину структурних підрозділів, яким притаманні відносна цілісність, склад, структура, ієрархічна організація, динаміка функціонування, особливості і умови функціонування. В

процесі дослідження інноваційних процесів на промисловому підприємстві на передній план виходить потенціал інноваційного розвитку (ІПР) підприємства та процес управління ним.

З метою дослідження процесу функціонування та управління ІПР промислового підприємства необхідно перш за все більш детально розглянути процес інноваційного розвитку суб'єктів господарювання.

Розвиток економіки та суспільства призвів до необхідності використання нових методів та інструментів управління на промисловому підприємстві. Перш за все це пов'язано з еволюцією системи управління підприємство, так, наприклад, І.Ансофф вважав, що можна виділити чотири етапи в розвитку цих систем:

1. Управління на основі контролю за виконання (постфактум).
2. Управління на основі екстраполяції, коли темп змін прискорюється, але майбутнє ще можна передбачати шляхом екстраполяції минулого.
3. Управління на основі передбачення змін, коли почали виникати несподівані явища і темп змін прискорився, проте не настільки, щоб не можна було вчасно передбачити майбутні тенденції і визначити реакцію на них.
4. Управління на основі гнучких екстрених рішень, яке складається в даний час, в умовах, коли багато важливих завдань виникають настільки нестримно, що їх неможливо вчасно передбачити. [1,с.29]

Безперечним є той факт, що разом із системами управління відбувалася зміна шляхів розвитку промислового підприємства.. Так, С.М. Ілляшенко вважає, що розвиток підприємств можна забезпечити трьома шляхами – екстенсивним, інтенсивним науково-технічним та інноваційним науково-технічним.

Екстенсивний – передбачає розширення обсягів виробництва і збуту продукції; відбувається в умовах ненасиченого ринку, при відсутності гострої конкуренції, в умовах відносної стабільності середовища господарювання; пов'язаний зі зростаючими витратами ресурсів. У наш час даний шлях розвитку практично вичерпав себе, оскільки ринки вже заповнені товарами.

Інтенсивний науково-технічний – передбачає використання досягнень науки і техніки для удосконалення конструкції і технологій виробництва традиційних продуктів з метою зниження собівартості їх виробництва, підвищення якості конкурентоспроможності. Перехід на цей шлях розвитку відбувався в Україні з причини насичення ринків, вичерпання дефіцитних ресурсів, зростання конкуренції на ринку.

Інноваційний науково-технічний – передбачає безперервне оновлення асортименту продукції і технологій виробництва, удосконалення систем управління виробництвом і збутом. [2, с.19-20]

Отже, можна зробити висновок, що на сьогоднішній день актуальним є лише останній – інноваційний науково-технічний шлях розвитку економіки, прямувати яким вітчизняні промислові підприємства зможуть лише завдяки використанню останньої моделі системи управління, тобто за допомогою управління на основі гнучких екстрених рішень.

При цьому в процесі функціонування ІПР підприємства здійснюється безперервний перехід його з одного можливого стану до інших. Першим етапом є

формування ППР, тобто накопичення критичної маси необхідних ресурсів, другий етап – використання ППР, метою якого є отримання економічного ефекту. В умовах суттєвого скорочення життєвого циклу інновацій, наступним етапом функціонування стає етап оптимізації, який полягає у вдосконаленні структури ППР і приведенні її у відповідність вимогам внутрішнього та зовнішнього середовища підприємства. Останній етап функціонування автоматично стає першим етапом для наступного циклу розвитку ППР. Тривалість етапів функціонування інноваційного потенціалу підприємств безпосередньо залежить від характеру та сили впливу інституціонально-економічних форм, притаманних зовнішньому і внутрішньому середовищу інноваційної діяльності підприємств.

На сьогоднішній день теорія і практика дослідження інноваційного потенціалу накопичила ряд методичних підходів до визначення його рівня, серед яких ресурсний, процесний, структурний та інтегральний.

Всі існуючі методи оцінки в цілому можна розділити на наступні основні групи: визначення рівня інноваційного потенціалу на основі ресурсів, що є у фірми-інноватора; визначення рівня інноваційного потенціалу на основі етапу життєвого циклу фірми-інноватора або галузі-інноватора; визначення рівня інноваційного потенціалу на основі економіко-математичного моделювання різного роду показників мікро- і макrorівнів.

На кожному етапі функціонування ППР використовуються відповідні підходи до оцінки. Так, на етапі формування у нагоді стає ресурсний підхід, на етапі використання – процесний та структурний, а інтегральний підхід до оцінки використовується на етапі оптимізації ППР. В рамках кожного підходу використовуються різні методики, що дає змогу отримати результати, необхідні для прийняття коректних рішень стосовно подальшого функціонування ППР. З метою розвитку питань оцінки ППР промислового підприємства доцільним стає подальше вдосконалення управління його функціонуванням на різних етапах.

Список літератури: 1. Ансофф И. Стратегическое управление / Сокр. пер. с англ. – М.: Экономика, 1985. – 519 с. 2. Ілляшенко С.М. Управління інноваційним розвитком: Навч. посібник. – 2-ге вид., перероб. і доп. – Суми: ВТД „Університетська книга”; К.: Видавничий дім „Княгиня Ольга”, 2005. – 324 с.

УДК 339.92:332

М. Чисарик, старший викладач Мішкольцького університету, Угорщина

ИННОВАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ ДЕТЕНИЗАЦИИ СВОБОДНЫХ ЭКОНОМИЧЕСКИХ ЗОН

Поиск компромиссов, а также путей детенизации свободных экономических зон в экономиках Украины и Венгрии, способов дебюрократизации представляется, безусловно, важным и необходимым. Сегодня теневая экономика существенно тормозит не только социально-экономическое развитие страны, но и

препятствует развитию демократических институтов, созданию гражданского общества. Основными факторами тенизации свободных экономических зон являются:

- высокая затратность и низкая рентабельность ведения бизнеса; непосильная налоговая система;
- обесценивание стоимости рабочей силы;
- неразвитость рыночных регуляторов определения цены ресурсов;
- бюрократизация, коррупция, неэффективность управления и неспособность государства обеспечить прозрачные условия деятельности субъектов хозяйствования.

Представляется целесообразным устранить некоторые препятствия, сдерживающие движение к легализации предпринимательской деятельности. Со стороны государства это, в частности, предполагает преодоление неразвитости технологий контроля, коррумпированности чиновничества, клановых интересов. Со стороны бизнеса – невозможность легализоваться в одиночку. Необходимо, чтобы легализовался полностью весь рынок, а не только свободные экономические зоны. Боязнь «открываться» и стать более уязвимым является существенным препятствием в современных условиях отсутствия доверия предпринимателей к державе. Довольно мощным сдерживающим фактором выступает нестабильность правил «игры» на украинском рынке, утверждаемых органами государственного управления.

Важными факторами детенизации свободных экономических зон могут стать амнистия имущества и капиталов, а также налоговая амнистия. Только после осуществления этих комплексных, масштабных мероприятий можно будет говорить об одинаковом для всех, реальном контроле над соблюдением законности путем установления системы проверок за тратами и приобретениями. Это должно привести к получению большинством граждан статуса полноценного, легитимного члена общества. Изложенное свидетельствует о том, что легализация теневой экономики в Украине – это довольно продолжительный процесс. Сегодня при существующем дефиците доверия, взаимной настороженности во взаимоотношениях между бизнесом и властью рационален постепенный, ступенчатый характер продвижения по пути детенизации свободных экономических зон. Он предполагает свободное, добровольное волеизъявление всех заинтересованных сторон и нуждается в институциональном оформлении и поддержке. Следует не просто легализовать теневую экономику, а одновременно значительно повысить эффективность управления в целом. Созданный в постсоветский период украинский государственный механизм сохранил старые кадры, прежние технологии руководства и контроля, ценностные ориентации. Деструктивная деятельность бюрократии опирается на устойчивые стереотипы бывшей хозяйственной, управленческой культуры. В связи с этим представляется уместным принятие Кодекса поведения служащего. Этот документ должен определять систему нравственных ориентиров, давая рекомендации относительно поведения в «щекотливых» ситуациях, ясно обозначая область нравственных табу для чиновников. В государственных органах (министерствах, ведомствах)

целесообразно вопросы этики поведения служащих курировать специальным должностным лицом.

Формирование политически ответственного, контролируемого общественностью верхнего эшелона государственной машины даст возможность осуществить кадровое обновление бюрократии и обеспечить необходимую степень её компетентности. Это вполне управляемый процесс. Снижение порога коррумпированности – направление эволюционное, тесно связанное с общим уровнем и темпами развития экономики. Тем не менее, на наш взгляд, решающим фактором противодействия коррупции является проявление политической воли высшим государственным руководством, а также обеспечение открытости властных структур на всех уровнях.

УДК 681.3.07

Ю.Ю.Швец, доцент, к.э.н., Таврический национальный университет им. В.И. Вернадского, Симферополь

ИНТЕГРАЦИЯ СУБЪЕКТОВ РЕГИОНАЛЬНОГО РЫНКА НА ОСНОВЕ ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Важную роль в формировании конкурентных преимуществ регионального рынка могут сыграть кластерные системы. Если в основу типологии кластеров положить направленность преимущественных интеграционных связей, то выделяют: вертикальные производственные цепи, промышленные, инновационные, региональные кластеры [1, 2, 3]. Вертикальная производственная цепь формируется внутри сектора, и его структуру образуют этапы производственного процесса, а также сети малых и средних предприятий, группирующихся вокруг головных фирм [4]. Инновационные кластеры – совокупность базисных нововведений, сконцентрированных на определенном отрезке времени и в определенном экономическом пространстве [5]. Кластерная форма организационной деятельности приводит к образованию особой формы инновации совокупного инновационного продукта. Такая инновация является продуктом деятельности нескольких фирм или исследовательских институтов, которая разрешает ускорить ее распространение по сети взаимосвязей в общем экономическом пространстве. Региональный кластер, созданный по географическому принципу – конкурентоспособная организационная форма территориально-иерархической модели производства с различными уровнями локализации, обеспечивающая максимальный хозяйственно-социальный эффект посредством минимизации налогов в сравнении с подобными отраслями. Превалирование в экономике кластеров, а не изолированных предприятий и отраслей, показывает важность понимания характера конкуренции роли географического расположения в конкурентных

преимуществах и роста эффективности управления инновационной деятельности туристического региона.

Целью данной работы является рассмотрение основных подходов к интеграции субъектов регионального рынка, как фактора роста эффективности управления инновационной деятельности туристического региона.

Основной целью региональной инновационной деятельности является создание системы взаимодействия всех участников цикла: субъектов рынка; общественных организаций, государственных учреждений и территориальных формирований, которые обеспечивают синергетический эффект для развития инновационной сферы региона на основе: научного, образовательного, производственного, туристического потенциалов. Долгосрочные организационно-управленческие цели инновационного развития региона – создание саморегулированной целостной инновационной системы территории.

Задачами инновационной деятельности региона являются: координация управленческих концепций всех участников инновационной деятельности региона; создание и совершенствование механизмов реализации инновационной политики; установление, корректировка и координация целей инновационной политики; обеспечение необходимой и достоверной информацией всех участников инновационной деятельности; обеспечение контроля за прохождением инновационных процессов; стратегическое прогнозирование.

Выполнение задач и достижение целей региональной инновационной деятельности может быть обеспечено только при условии их тесной взаимосвязи и последовательного осуществления. Формирование инновационной системы должно быть разбито на два периода: становление регионального центра инновационной деятельности – ядра будущей структуры и создание собственного территориального кластера, как ценностного научно-производственного, образовательного и интеллектуального организма региона.

Для четкой упорядоченности и координации усилий по реализации стратегических и тактических задач по росту эффективности управления инновационной деятельности региона сформулированы долгосрочные направления: проектирование развития туррегиона, основанного на построении совместной региональной деятельности по управлению и развитию курортного сезона; многоуровневый координационный центр кластера, как формирование механизмов развития среднего и малого бизнеса туррегиона; жизнеобеспечение туррегиона, развитие и поддержание инфраструктуры региона; экологическая политика; социальная политика, выявление наиболее острых проблем населения региона, вовлечение социальных групп в процессы регионального развития и управления инновационной деятельностью; управление градостроительством, как управление процессом градостроительства в регионе через воспроизводство управления людскими потоками; развитие сел в рамках региональной стратегии, как отработка механизма совместной деятельности базовых субъектов территории в региональном пространстве; развитие системы образования – развитие и поддержание сети учреждений образования

підготовки кадрів для регіону, як розвиток кадрового потенціала з урахуванням специфіки регіону; регіональне інвестиційне агентство, як формування механізмів розвитку середнього і малого бізнесу за рахунок активізації фінансових потоків регіону; створення багатофункціональної структури регіонального рівня, для забезпечення діяльності всієї інноваційної системи, паралельної реалізації всіх стратегічних напрямків.

Для ефективного розвитку регіональної інноваційної діяльності, як соціально-економічної системи з активними елементами, необхідно рішення проблем управління цією сферою. Осуществлення процесу управління вимагає формування організаційної структури управління, що дозволяє реалізувати цілі і завдання в цій сфері, проаналізувати і оцінити досягнуті результати, координувати і прогнозувати інноваційну діяльність. Створення організаційної структури управління регіональної діяльністю є необхідною умовою для ефективного управління цією сферою, особливо в період реформування всієї системи господарювання.

Список літератури: 1. Василенко В.Н. Архітектура регіонального економічного простору: Монографія / НАН України. Ін-т економіко-правових досліджень / В.Н. Василенко. – Донецьк: ООО «Юго-Восток, Лтд», 2006. – 311 с. 2. Цихан Т.В. Кластерна теорія економічного розвитку / Т.В. Цихан // Теорія і практика управління. – 2003. - № 5 // [http:// subcontract.ru](http://subcontract.ru). 3. Портер М. Конкуренція / М. Портер. – М.: Видавничий дім "Вільямс", 2001. – 495с. 4. Афанасьєв М., Мясников Л. Світова конкуренція і кластеризація економіки / М.Афанасьєв, Л.Мясников // Проблеми економіки. 2005. – №4. – С.75-86. 5. Кластери – нові форми організації інноваційного процесу // [http:// www.naukakaz.kz/ru/news](http://www.naukakaz.kz/ru/news).

УДК 658.012.011.56

А.І. Яковлєв, д.е.н., професор, Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут», Харків

РОЗВИТОК МЕТОДІВ ОЦІНКИ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ І ЇЇ ПЕРСПЕКТИВИ В УКРАЇНІ

Інноваційні перетворення є головною рушійною силою перетворення економіки України у високоефективну. Однак в останні роки темпи інновацій в державі уповільнились. Основною причиною такого становища називають недостатнє фінансування. Однак є й інші аспекти. Один з них полягає у недостатній розробці визначення соціально-економічної ефективності нововведень. На деяких сторонах цього напрямку і зосередимось в доповіді.

Нами розроблена відповідна методика. Згідно неї ефект розраховується на основі показника ЧГД – величині чистого грошового доходу або NPV. У дохідну частину входять величина прибутку та економії на зниженні питомих

накладних витрат у собівартості продукції, що має місце при збільшенні обсягів виробництва при впровадженні інновацій у порівнянні з існуючим його рівнем. До витрат належать кошти на створення одного робочого місця, які помножуються на їх загальну кількість, що мають місце при впровадженні інновацій в національному господарстві галузі, регіоні, на підприємстві, в фірмі.

Слід мати на увазі, що два процеси – ефективність працевзбереження при застосуванні нових прогресивних фондів та створенні нових робочих місць при збільшенні обсягів виробництва – взаємопов'язані [1, с. 92].

Для проведення відповідних розрахунків слід визначити величину коштів на створення або вивільнення одного робочого місця. Складність визначення подібної величини полягає в тому, що останній офіційний матеріал такого роду в Україні [2] виданий у 2002 р. і відповідні нормативи – застарілі. У цьому зв'язку були проаналізовані відповідні рекомендації із існуючих джерел. На нашу думку найбільш заслуговуючим на увагу є цифри, що опубліковані на основі досліджень інноваційної діяльності в країнах Євросоюзу. Нами визначена середня вартість створення одного робочого місця в 15, 4 тис. євро [3]. При курсі валют 10,5 грн. за одиницю євро вона складатиме порядку 160 тис. грн.

Як показали відповідні розрахунки, ефект для суб'єктів підприємництва і для держави в цілому досягається лише через 10 років за умови збільшення обсягів реалізації і відповідно продуктивності праці у 2,25 рази у порівнянні з відповідними показниками 2008 року. Враховуючи, що в ринкових умовах виробники згодні на випуск товарів, коли вони приносять їм дохід, суб'єкти підприємництва навряд чи перейдуть на виробництва нової продукції, яка приносить їм збиток.

Результати наведених вище розрахунків мали місце без урахування однієї доходної складаючої – амортизації. На це виявились відповідні причини. Нажаль, на сьогодні в Україні, як показали проведені нами дослідження, на багатьох підприємствах амортизаційні кошти фактично використовуються для інших цілей – виплат заробітної плати, штрафів, пенні і т. ін. Керівники суб'єктів підприємництва вимушені це робити з за нестачі коштів, тим більш, важко на сьогодні говорити про поширення застосування прискореної амортизації в Україні. В промисловості у теперішній час 41, 4 відсотків підприємств – збиткові. Тому застосування прискореної амортизації підвищить ціни на цілий ряд промислових товарів і призведе їх випуск до ще більшої збитковості.

Як свідчать результати виконаних розрахунків, вже при використанні 25 відсотків амортизаційних накопичень від їх загальної величини, ефект від створення і реалізації інновацій збільшується, але в цьому випадку не матимуть місце достатні позитивні результати. Суттєвий вплив на величину ефекту матиме місце при використанні не менш ніж 50 відсотків від відповідної суми. У цьому випадку при збереженні існуючих обсягів виробництва і величини продуктивності праці ефект досягатиметься на 8 році реалізації інновацій. При

збільшенні виробітку у 1,5 рази – на 5 році, що вже припустимо.

У промисловості результати впровадження інновацій передбачається вищими, незважаючи на те, що величина коштів, необхідних для створення одного робочого місця приймалась у розмірі 250 тис. грн. Це – природньо, оскільки прибуток, продуктивність праці у промисловості вищі, а кількість працюючих значно нижча, ніж у національному господарстві в цілому.

Однак прийнятні результати матимуть місце лише при збільшенні виробітку у 1,5 рази у порівнянні з базовим його значенням і використанням на рефінансування 0,5 величини амортизаційних накопичень. Однак чи будуть споживачі купувати таку додаткову кількість товарів, коли при їх сьогоденішньому випуску частина пролежує на складах.

Тим не менш, слід вишукувати резерви, основні з них полягають у наступному: 1) для визнання суб'єктів підприємництва інноваційними, для яких передбачені пільги – сподіваємось на їх відновлення згідно Закону України «Про інноваційну діяльність», поставити їм вимогу – використовувати на менш 25 відсотків амортизаційних накопичень за їх прямими призначеннями. Як довів аналіз роботи підприємств – це можливо. А у подальшому – збільшити цю частку до 50 відсотків при наданні суб'єктам підприємництва відповідних пільг при проведенні інноваційної діяльності; 2) націлити на створення нововведень не тільки з високою продуктивністю, а й високоякісних з високим рівнем надійності; 3) при обмеженнях в коштах і часі обирати пріоритетні сфери і виробництва, в яких ефективність впровадження інновацій виявиться найбільшою; 4) збільшення обсягів виробництва викликає необхідність знаходження нових ринків збуту; 5) ширше застосовувати прогресивні методи управління виробництвом, зокрема, великі кластери; 6) звернути увагу на тенденцію в світовій економіці, яка полягає у підвищенні якості продукції при зниженні витрат на її виробництво.

Наведені рекомендації сприятимуть прискоренню процесу створення інноваційної моделі економіки України.

Список літературних джерел: 1. Пльшевский Б.П. Эффективность общественного производства: критерии, методы расчета, показатели. / Б.П. Пльшевский, ред. – М.: Экономика, 1976. 2. Про затвердження нормативів вартості створення одного робочого місця в різних галузях економіки. Затверджено наказом Держкомітету України будівництва та архітектури від 19. 07.2002 р. №13. – К.: 2002.

3 КОНКУРЕНТОПРОМОЖНІСТЬ ЕКОНОМІКИ (МАКРО-, МЕЗО, МІКРО-ПІВНІ)

CORRUPTION AND CULTURAL DIFFERENCES THROUGHT THE LENSES OF TROMPENAARS MODEL

Gábor Réthi

*University of Miskolc, Institute of Management Science, Hungary
rethi.gabor@uni-miskolc.hu*

The most popular instrument to “force” people to pay their taxes is deterrence policy. In line with the economics of crime approach, based on the expected utility maximization calculus, Allingham and Sandmo (1972) presented a formal model, showing that the extent of tax evasion is negatively correlated with the probability of detection and the degree of punishment. However, this groundbreaking model has many shortcomings. People who exhibit empirically observed levels of risk aversion normally pay their taxes, although there is a low probability of getting caught and being penalized. Thus, people are more honest than deterrence models would predict. There is a wide gap between the risk aversion that would guarantee such a high compliance and the much lower individual risk aversion observed in reality (Graetz & Wilde, 1985; Alm, McClelland, & Schulze, 1999; Frey & Feld, 2002). Tax compliance experiments also indicate that individuals report a higher level of income than the expected utility model would predict (Alm, 1999; Torgler, 2002). Many years ago, Baldry (1987: 377) pointed out: “Rather than question the experimental method, these results suggest that it is perhaps the theory which needs revision (...)”.

Traditional models have the disadvantage that they treat taxation and corruption as an isolated case. However, recent studies indicate that subjects do not act as isolated individuals playing a “game against nature” (Alm, McClelland, & Schulze, 1992; Wenzel & Taylor, 2004). In this paper, emphasized the relevance that tax compliance and corruption take place in a social context. The behavior of other taxpayers and social actors is of great importance in understanding taxpayers’ compliance and the reallocation of power and resources. As a consequence, theories on pro-social behavior, that take the behavior of others into account, may be a promising concept. Taxpayers are willing to pay their taxes conditionally, depending on the pro-social behavior of other taxpayers; the more other taxpayers are perceived to be honest, the more willing individuals are to pay their own taxes. The extent to which others also contribute triggers more or less cooperation and systematically influences the willingness to contribute. The study used survey data to test whether “conditional cooperation” can be identified.

Tax evasion and corruption is a widespread phenomenon and continues to be a problem for many countries. For example, Greece’s underground economy is

estimated to equal approximately 40% of GDP—the largest in the European Union (Athens, 1997). Italian tax authorities estimate that 15% of all economic activity goes unreported (Rome, 1997). In the United States, estimates of lost tax revenues for 2001 were as high as \$353 billion. Of this \$353 billion, intentional underreporting of income represented anywhere from \$250 to \$292 billion (IRS, 2005).

Some form of penalty usually is used as a means to control tax evasion within countries. The penalties most commonly used in the United States include fines and imprisonment. Even though penalties and audits exist, tax evasion continues to pose a significant threat to countries' economies by placing a strain on a country's budget through lost revenues. Many studies have examined the effects of varying penalties, audit rates, and other variables on tax evasion (Porcano, 1988); fewer empirical studies have examined tax compliance levels from an international perspective (Riahi-Belkaoui, 2004; Richardson, 2006). Only Alm and Torgler (2006) investigates the relation of culture to tax morale for a “large” number (16) of countries.

This study further explores the role that national culture might play in explaining countries' tax evasion behaviour. Culture is a multivariate concept, and this is the first study to investigate which cultural framework is the best as an explanator of international corruption diversity; that is, it uses Trompenaars' 7 cultural dimensions as measures of culture and analyzes their relation to corruption for 41 countries in various geographic areas.

Therefore, the purpose of this study is to explore the extent to which international differences in corruption can be explained by differences in national culture, as proposed by Trompenaars (1993). Trompenaars and Hampden-Turner defined a different set of dimensions during their cross-cultural studies, using a database containing more than 30.000 survey results. These dimensions are universalism vs. particularism, individualism vs. communitarianism, achievement vs. ascription, neutral vs. affective, specific vs. diffuse, human-nature relationship, human-time relationship.

The results suggest that these cultural frameworks appear to be relevant in explaining corruption levels. In case of Trompenaars' model, higher (lower) collectivism and diffuse dimensions are associated with higher (lower) corruption levels across countries.

In this study, investigated the influence of Hofstede's cultural dimensions on tax compliance levels across 57 countries. Taken as a whole, my results support the general proposition that national culture, as proposed by Hofstede, is a significant factor in explaining tax evasion levels across countries. The results of the proposed model show that neither of two new cultural dimensions are related to international tax evasion levels in the expected directions. Specifically, the results indicate that higher (lower) uncertainty avoidance and power distance are associated with higher (lower) tax evasion levels across countries while higher (lower) individualism is associated with lower

(higher) tax evasion across countries, as tested by Tsakumis et al. (2007). This result is consistent with research examining the relationship between Hofstede's framework and global financial reporting, particularly for uncertainty avoidance and individualism (Doupnik & Tsakumis, 2004). And it was also found that higher (lower) masculinity is associated with lower (higher) tax evasion.

This study investigated if the model offered by Tsakumis et al. (2007) is able to manage new variables what could prove robustness. That model employed Hofstede's cultural framework as a means to explain international tax compliance diversity. Its results suggest that national culture is useful in explaining tax evasion levels across countries. Based on their results, we can describe a tentative cultural profile of a low tax compliance country (i.e., a high tax evasion country) as one that possesses high UA, low IND, low MASC, and high PD. These results may aid in directing future research by serving as the beginning of a framework for future international tax compliance studies. But we can recognize that culture is an unsteady factor. More and more aspects linked with culture are discovered. That is why, it is hard to predict cultural profile exactly, as we can not understand completely its influence on phenomenon and on other cultural dimensions.

The limitations of Tsakumis et al. (2007)'s research also appear in this current study. First, Hofstede's cultural dimensions were developed over 20 years ago, which may make them appear outdated. However, it is important to note that several studies (Merritt, 2000) confirm the reliability, validity, applicability, and direction of differences of Hofstede's scores over time and across countries. Second, the current study focuses on national cultural dimensions as the primary explanators of tax evasion levels across countries. To develop a more complete international tax compliance model, future research should examine other variables (e.g., countries' legal systems) in conjunction with national culture. Third, this study's sample consisted of 57 countries, and the sampling was not appropriate in statistical sense. Therefore, additional research may be needed to ensure that the results are generalizable to other countries. In addition, future research should examine the role of national culture in mitigating the efficacy of tax evasion penalties within and across countries. It also should explore the use of "home country" and "tax return preparation outsourced" as additional variables in audit-selection models.

The model is weakening by adding more variables, that is why reviews are needed and researchers should examine more soft factors' influences on tax evasion.

Н.І. Данько, к.е.н., доцент, ХГУ «НУА», Харків

О.І. Решетняк, к.е.н., доцент, ХГУ «НУА», Харків

МОДЕЛЬ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ РЕГІОНУ НА ОСНОВІ ПРИНЦИПІВ СИСТЕМИ ЗБАЛАНСОВАНИХ ПОКАЗНИКІВ

Підвищення конкурентоспроможності економіки України, її подальший розвиток, можливо тільки за умови системного переходу до інноваційно-інвестиційної моделі розвитку, побудови нової економіки знань і вдосконалення регуляторної функції держави в цих питаннях. Основою для побудови конкурентоспроможної економіки є інноваційна складова. Це вимагає створення і вдосконалення інноваційної інфраструктури української економіки, що є найважливішим елементом інноваційного середовища.

Мета дослідження – проаналізувати вітчизняний і зарубіжний досвід управління економічним розвитком регіонів, запропонувати ефективну модель інноваційного розвитку регіону, що базується на принципах Системи Збалансованих Показників.

Нова система управління регіональним розвитком повинна базуватися на цілеспрямованій діяльності органів державної влади, органів місцевого самоврядування та господарських суб'єктів.

Нова модель управління інноваційним розвитком регіону повинна виступати засобом реалізації соціально-економічної політики державної влади і являє собою розробку і наукове обґрунтування цілей, принципів, пріоритетів, пропорцій та структур соціально-економічного розвитку регіону на перспективу з зазначенням способів досягнення цілей.

Отже, створення у регіоні інноваційної інфраструктури повинно супроводжуватися реструктуризацією системи управління регіоном. Соціально-економічний стан регіону необхідно проаналізувати за допомогою системи індикаторів соціально-економічного розвитку регіону, яку можна представити як сукупність індикаторів регіонального розвитку та показників ефективності бізнесу і державного сектора, побудовану на принципах Системи Збалансованих Показників.

Система збалансованих показників (Balanced Scorecard, BSC) – найбільш популярна, визнана в світі концепція управління реалізацією стратегії за допомогою ключових показників ефективності, що розроблена професорами Гарвардського університету Д. Нортон та Р. Капланом (США) [1]. Концепція Збалансованої Системи Показників (ЗСП) підтримує стратегічне планування, реалізацію та подальше корегування стратегії шляхом поєднання зусиль всіх складових системи управління.

Якщо адаптувати концепцію, що описана у [1] до управління інноваційним розвитком регіонів, то схематично її можна було б представити наступним чином (див. рис. 1).

В основу моделі інноваційного розвитку регіонів, що базується на Збалансованій Системі Показників повинна бути покладена ідея про ієрархічну структуру індикаторів та показників. Ця система повинна забезпечувати, з одного боку, взаємозалежність стратегічних індикаторів регіонального розвитку та показників діяльності конкретних підприємств і організацій, з іншого боку, ув'язку стратегічних індикаторів і показників регіону, муніципалітету, підприємств і організацій з поточними індикаторами і показниками регіону, муніципалітету, підприємств і організацій.

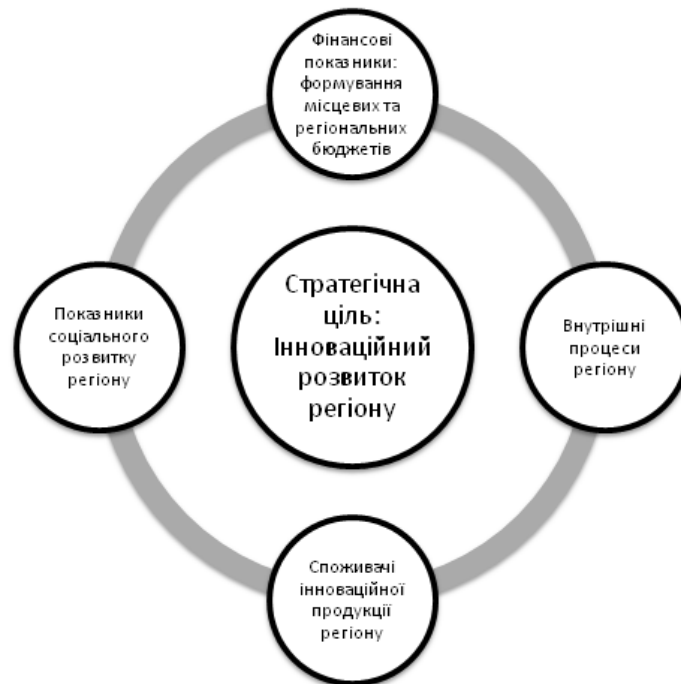


Рис. 1- Схема моделі інноваційного розвитку регіонів на основі ЗСП.

Для пропорційного розвитку необхідно забезпечити комплексне управління регіональною системою. Використання системи збалансованих показників індикативного планування регіональної економіки дозволить, на наш погляд, підвищити ефективність стратегічного менеджменту соціально-економічного розвитку регіону.

На цих підставах повинна будуватися регіональна політика щодо сприяння інноваційного розвитку.

Список літератури: 1. Каплан Д. Сбалансированная система показателей. От стратегии к действию (The Balanced Scorecard: Translating Strategy into Action) // Роберт Каплан, Дейвид Нортон - М: Олимп-Бизнес, 2003. - 304 с.

В.І. Довбенко, к.е.н., доцент, Національний університет «Львівська політехніка», Львів

ФОРМУВАННЯ НОВОЇ ІННОВАЦІЙНОЇ КУЛЬТУРИ – УМОВА ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ЕКОНОМІКИ

Вже протягом багатьох років в Україні продовжуються процеси деградації науково-технічного потенціалу і все більш суттєвим стає відставання від розвинутих країн у сфері інноваційної діяльності. Це вимагає вжиття невідкладних заходів щодо трансформування існуючого промислового комплексу і формування сучасної національної інноваційної системи. Однак для цього необхідно налагодити партнерські відносини між державою, наукою і бізнесом.

За умов глобалізації значно зростає роль інноваційної культури, що передбачає налагодження цивілізованих відносин всіх учасників інноваційного процесу. Формування адекватної поставленим завданням розвитку України інноваційної культури дозволить гармонізувати систему взаємовідносин держави, бізнесу, науки та соціуму та підвищити конкурентоспроможність національної економіки. Це повинно сприяти вирішенню існуючих проблем у сфері інноваційної діяльності шляхом продуктивного діалогу сторін, спільного прийняття рішень з питань економічного й соціального розвитку.

У сучасних умовах в економіці відбувається глибока трансформація підходів до управління, яка передбачає нове бачення шляхів та можливостей розвитку. За умов сьогодення проявляються тенденції, з одного боку, до зростання цін на природні ресурси, а з другого боку – до підвищення ефективності їх використання. Подібні процеси вимагають особливої уваги до інновацій, з допомогою яких можна успішно вирішувати проблеми розвитку.

К.Прахалад і В.Рамасвами [1] наголошують на важливості спільного творення цінностей підприємствами і споживачами. Традиційно інновації скеровують на технології, продукти й процеси. Взаємодія компаній зі споживачами при цьому відбувається у процесу обміну товарів і послуг на гроші. У нових умовах важливо, щоб пропозиції компаній відповідали попиту споживачів, а це передбачає безпосередню участь у процесах формування цінності споживача. У результаті процес спільного творення цінності повинен замінити традиційні процеси обміну.

Творення цінності в нових умовах з допомогою аутсорсингу, реінжинірингу бізнес-процесів, скорочення персоналу наштовхується на значний опір. Подібні трансформації можливі за умов налагодження сприятливого середовища сприйняття інновацій та високої інноваційної культури. Це передбачає формування нових ринків та комерційно успішних інновацій з допомогою нових методів управління та спільного творення цінності на основі діалогу та взаємної довіри сторін.

Необхідність зміни підходів до культури інновацій відзначають і Марк та Барбара Стефік. На їхню думку існує суперечність між цілями комерційної та винахідницької діяльності. Якщо для бізнесу пріоритетними цілями є прибутки, ринки, вдосконалення продуктів та теперішні клієнти, то для винахідників – нові технології та потенційні споживачі. У підході компаній до інновацій переважають комерційні інтереси, а замовниками досліджень і розробок виступають виробничі структури. Дана модель інновації зорієнтована на короткий термін і швидку комерціалізацію результатів розробок. Винахідницьке ж уявлення про інновації передбачає фінансування проектів за рахунок спонсорських коштів. Дана модель розрахована, як правило, на тривалий термін і передбачає значну свободу вибору дій [2, с.217-218]. Для досягнення успіху у процесі інноваційної діяльності важливо оптимальним чином комбінувати зазначені вище моделі та підходи з метою врахування специфіки ситуації та моменту часу для досягнення кращих результатів в розрахунку на достатньо тривалу перспективу.

Для інноваційної культури, як і для організаційної культури підприємства, властивий свій життєвий цикл становлення і розвитку, який не завжди збігається з життєвим циклом підприємства, однак вносить свої вагомні корективи в організаційний розвиток, особливо інноваційний.

Через зростаючу складність і мультидисциплінарність сучасних інновацій постійно зростають витрати на доступ до знань про нові технології, а також на самостійне здійснення масштабних НДДКР. Для протидії даним тенденціям компанії змушені вкладати кошти першочергово у прикладні розробки, спроможні забезпечити швидку окупність, які, як правило, забезпечують відносно невелике покращення окремих параметрів кінцевого продукту. Це йде на шкоду перспективному розвитку й може призводити до втрати конкурентних позицій. З метою підвищення ефективності та результативності інноваційної діяльності Г.Чесбро запропоновано концепцію відкритих інновацій, яка передбачає активне використання зовнішніх ідей, підходів та розробок. Це передбачає формування нової інноваційної культури, яка дозволяє поєднати зовнішні можливості із внутрішнім потенціалом розвитку компанії.

Більшість вітчизняних підприємств на сьогодні ще не готові до переходу на нову інноваційну культуру на базі відкритих інновацій. Однак процес трансформації є неминучим у зв'язку з швидким поширенням трансферу технологій. Важливо, використовуючи світовий досвід формування інноваційної культури у сфері інноваційної діяльності, здійснити заходи, спрямовані на оновлення інноваційної інфраструктури на засадах концепції відкритих інновацій. Налагодження співробітництва на основі спільного творення цінностей підвищить мотивацію сторін та конкурентоспроможність економіки загалом.

Література: 1. Прахалад К.К., Рамасвами, Венкат. Майбутнє конкуренції. Творення унікальної цінності спільно з клієнтами /Пер. з англ. – К.: Видавництво Олексія Капусти (Підрозділ «Агенція «Стандарт»»), 2005. – 258 с. 2. Стефік Марк, Стефік Барбара. Прориви. Історії та стратегії радикальних новацій /Пер. з англ. – К.: Видавництво Олексія Капусти

(Підрозділ «Агенція «Стандарт»»), 2005. – 322 с. 3. Chesbrough, Henry. Open Business Models: How to Thrive in the New Innovation Landscape. Cambridge, Massachusetts: Harvard Business Press, 2006. – 256 pp. 4. <http://www.ninesigma.com/WhatWeDo/AboutOpenInnovation.aspx>

УДК 338:6П8

О.М. Житкова, к.э.н., ГАОУ ВПО НГГТИ, Невинномысск

ОСОБЕННОСТИ АНАЛИЗА ФИНАНСОВО-ХОЗЯЙСТВЕННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ СОВРЕМЕННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ ПИЩЕВОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ

В настоящее время в сфере производства и продажи растительных масел, по информации Интернет – системы ExproWeb, в России и в странах СНГ работает 1087 предприятий, при этом большая часть этих предприятий находятся в России. Как правило, это небольшие производства (до 100 человек). Организацию хозяйственной деятельности предприятия пищевой промышленности можно разделить на три этапа: работа с поставщиками сырья, производственная деятельность и работа с потребителями продукции предприятия (торговыми, промышленными и другими предприятиями).

Любой вид хозяйственной деятельности сопровождается подготовкой и оформлением первичных учётных документов (накладные, товарные чеки, ведомости и пр.) и их передачей в бухгалтерский отдел для реализации финансовой деятельности предприятия. На основании этих документов выполняется финансовый анализ состояния предприятия.

Действующий в настоящее время бухгалтерский баланс предприятия и его показатели в целом приближены к международным стандартам, однако имеются и определенные расхождения.

К финансовым показателям в основном относится группа показателей, используемая в оценке так называемого «мгновенного среза» состояния предприятия за декаду, месяц, квартал и год.

Анализ деятельности предприятия только по его финансовым показателям, приведённым в бухгалтерском балансе, не даёт полноценной возможности установить текущее состояние предприятия, поскольку должен учитывать объём производства и объём реализации продукции.

В условиях ограниченных производственных возможностей и неограниченном спросе на первое место выдвигается такой показатель, как объём производства. Однако, по мере насыщения рынка, появления других предприятий этой отрасли и усиления конкуренции, не производство определяет объём продаж, а, наоборот, возможный объём продаж является основой для разработки производственной программы.

Принятие решения по формированию плана или производственной программы предприятия существенно зависят от внешних факторов.

Основным фактором, влияющим на деятельность предприятия в условиях неопределённости, является соответствие с ресурсам производственного процесса предприятия такому объёму продукции, который оно может реально реализовать в существующих условиях рынка. Основным явлением, определяющим характер деятельности современного предприятия, является неопределённость рыночной ситуации в условиях экономического кризиса.

Кроме того, существенную роль при проведении анализа ФХД и подготовке информации для принятия управленческого решения о развитии предприятия и формировании производственной программы играет такой внутренний фактор, как состояние ресурсов производства предприятия.

Полученный на основе бухгалтерского баланса «срез» финансового состояния предприятия лишь фиксирует его финансовое состояние. Он не даёт возможности определить план развития предприятия и не позволяет сформировать программу производственной деятельности предприятия на некоторую перспективу.

Анализ ФХД должен дать реальную оценку собственных ресурсов и возможностей применительно к состоянию (и потребностям) внешней среды, в которой работает предприятие. На основе информации этого анализа и должен происходить рациональный выбор плана или программы развития предприятия из некоторого возможного множества вариантов. Вместе с тем прогнозирование и планирование основаны на схожих, но вместе с тем и различных методах, способах и приёмах оценки текущего состояния предприятия, поскольку результатом прогнозирования является прогноз развития предприятия, а результатом планирования производственный план или программа.

Основой для прогнозирования деятельности предприятия пищевой промышленности могут являться показатели финансовой деятельности, определяемые в бухгалтерской отчётности за некоторый промежуток времени, а методом оценки эффективности производственной программы или ФХД предприятия в целом, - финансовый анализ. При этом необходимо учитывать тот факт, что для проведения прогнозирования необходимо будет учитывать не только финансовые показатели, но и хозяйственные (производственные) показатели: натуральные, условно – натуральные или трудовые, поскольку они наиболее точно определяют состояние предприятия.

При проведении прогнозирования следует принимать во внимание то, что основным фактором, влияющим на деятельность предприятия в условиях рыночной неопределённости, является соответствие производимого объёма продукции существующим условиям её реализации на рынке.

Основным явлением, определяющим характер деятельности современного предприятия, является неопределённость рыночной ситуации в условиях экономического кризиса.

Кроме того, существенную роль при проведении анализа ФХД и подготовке информации для принятия управленческого решения в виде производственного плана или программы предприятия играет такой

внутренний фактор, как соответствие состояния производственной и сырьевой базы возможностям предприятия по производству заданного объема продукции.

Таким образом, можно сделать следующий вывод, что для проведения анализа ФХД деятельности предприятия в целях принятия управляющего решения в виде плана производственной деятельности с учётом указанных выше факторов и показателей, необходимо провести прогнозирование развития перерабатывающего предприятия.

УДК 332.1:37

Я.А. Захарова, аспирант, Донбасская национальная академия
строительства и архитектуры

КОНЦЕПЦИЯ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ РЕГИОНА КАК ОСНОВА СТРАТЕГИИ РЕГИОНАЛЬНОГО РАЗВИТИЯ

В последние годы стратегии регионального развития стран ближнего зарубежья всё больше внимания уделяют образованию и обучению населения как основному фактору конкурентоспособности. Возникновение взаимодействия «университет – бизнес – государство» – так называемой тройной спирали – становится ключевым фактором в региональном развитии. В этих условиях широкое распространение получила концепция обучающихся регионов.

Обучающиеся регионы - это те регионы и города, где традиционные ценности сохранены, а всем гражданам обеспечен свободный доступ к образованию, межрегиональной кооперации, следствием чего становится активизация социальной и профессиональной мобильности граждан, создание, поддержка новых сетей и развитие инновационного потенциала экономики [1].

Н. Лонгворт, профессор Университета Стирлинга, утверждает, что «обучающийся город - это сообщество, которое имеет стратегию поощрения создания богатства, личностного роста и социального единства через развитие человеческого потенциала всех его граждан» [2].

Отметим, что в одном контексте с понятием «обучающийся регион» следует рассматривать широко употребляемые в настоящее время понятия «обучающееся сообщество», «экономика, основанная на знаниях», «инновационная экономика». Эти понятия неразрывно связаны друг с другом, так как развитие теории обучающегося сообщества дало толчок для изучения концепции обучающихся городов и регионов. При этом обучающиеся города и регионы являются основой в построении экономики, основанной на знаниях.

Примерами построения общества, основанного на знаниях, и обучающихся регионов являются Япония, Германия, Великобритания, Франция, Испания, Италия, Австралия и др.

Обучающиеся города являются национальной программой Великобритании. В одних городах, например, главная цель состоит в том, чтобы развить новые сети технологий, в то время как в других, главная цель состоит в том, чтобы связать образовательные учреждения с рабочими местами, в третьих городах акцент делается на развитии культурной идентичности или решении экологических проблем.

В Германии движение создания обучающихся регионов стало развиваться в начале 2000-х гг.. В 2001 г. насчитывалось всего 3 таких региона, в 2002 г. - 54 города или муниципалитета, в настоящее время их более 70.

В Австралии действует Ассоциация обучающихся городов, разрабатывающих и реализующих оригинальные концепции социально-экономического развития на основе идеи образования в течение всей жизни [1, 3].

Несмотря на то, что каждый регион строит собственную модель развития, опыт формирования обучающихся регионов показывает, что важнейшими составляющими механизма их формирования должны быть следующие (рис. 1):

Первая составляющая - кооперация местной власти с образовательными учреждениями - подразумевает решение действовать сообща с учетом особенностей рынка труда, чтобы улучшить ситуацию в городе (регионе).

Второе звено в рассматриваемом механизме - развитие собственных сетей города в сфере информации, культуры, образования – необходим, чтобы не быть поглощенным глобальными сетями. Таким способом каждый город (регион) сможет сохранить идентичность и обеспечить управление его развитием регионов.

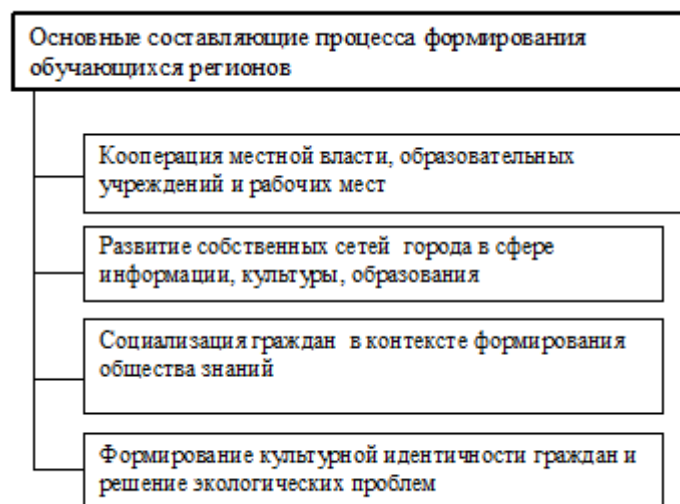


Рис. 1- Основные составляющие процесса формирования обучающихся

Третья составляющая подразумевает необходимость осведомленности граждан о предстоящих изменениях и принятие ими этих изменений. Граждане должны понимать общие цели, опираться в их достижении на культурные элементы, которые составляют историческую идентичность города (региона), на использование местных ресурсов и идей.

Четвертым звеном рассматриваемого процесса является формирование

культурної ідентичності громадян і рішення екологічних проблем, що призвано забезпечити інтеграцію, єдинство і цілісність самосвідомості окремих осіб як громадян полікультурного суспільства.

Література: 1. Обучающийся регион как мировой феномен. Крупкин А.В., Литвинова Н.П., Маркушева В.В., Иванова Л.А. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://despb.com/programs/training-region/33.php> 2. Longworth N. Learning Cities, Learning Regions, Learning Communities: Lifelong Learning and Local Government. – NY: Routledge, 2006. 3. Н. Литвинова, С. Кирсанов, О. Иванова, С. Полькина, О. Балажи. Обучающиеся регионы, обучающиеся города // Новые знания. – 2007. - №5. – С. 25 – 32.

УДК 658.821

О.А. Иванова, к.е.н., доцент, Харківський гуманітарний університет
«Народна українська академія», Харків

ВИЗНАЧЕННЯ ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВА ЯК ЧИННИКА ЙОГО КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ

Об'єктивний процес ринкових відносин висуває на перший план питання підвищення конкурентоспроможності вітчизняних підприємств. В сучасних умовах господарювання конкурентні відносини стали невід'ємною частиною функціонування вітчизняної економіки. Посилення конкуренції між підприємствами і виробленою ними продукцією займає важливе місце серед інших економічних проблем. Конкурентоспроможність підприємства є однією із найважливіших категорій ринкової економіки і характеризує ефективну адаптацію підприємства до ринкового середовища.

Разом з тим питання конкурентоспроможності залишаються нерозв'язаними цілий ряд проблем теорії і практики. Першочерговими в цьому контексті є проблеми з'ясування змісту, структури, логіки системного підходу до конкурентоспроможності продукції та підприємства в цілому. До недавнього часу конкурентоспроможність продукції у вітчизняній економічній літературі розглядалась в основному в рамках зовнішньої економічної діяльності в тісному зв'язку з якістю експортної продукції. На сучасному етапі економічного розвитку представляється актуальним визначення рівня конкурентоспроможності промислової продукції на внутрішньому і зовнішньому ринках. Все це виділяє конкурентоспроможність в число найважливіших цільових установок господарського управління.

Стратегічний підхід до управління конкурентоспроможністю продукції набув значного поширення у працях зарубіжних дослідників, проте незважаючи на їх високий рівень повне використання їх у вітчизняній практиці через особливості української економіки неможливе. Ринкові відносини в Україні здійснюються в умовах відсутності єдиних науково-методологічних основ виміру й оцінки конкурентоспроможності підприємств. Це ускладнює

дослідження діяльності суб'єктів господарювання і визначення ролі і місця кожного підприємства в галузі і у національній економіці.

Система управління конкурентоспроможністю підприємства є динамічною, що зумовлює її постійного удосконалення в умовах швидкозмінного зовнішнього середовища та трансформаційних процесів. Основними причинами цього є недостатнє опрацювання методичного забезпечення управління конкурентоспроможністю, відсутність у підприємств ефективних управлінських і організаційно-економічних механізмів реагування на зміни зовнішнього і внутрішнього середовища.

Конкурентоспроможність являє багатомірну характеристику, що визначається багатоаспектністю самого явища конкуренції.

Важливою складовою при дослідженні проблеми конкурентоспроможності підприємства є визначення конкурентного потенціалу підприємства. Підтримка високої конкурентоспроможності підприємства по суті і є забезпечення його високого потенціалу відносно задоволення відповідної суспільної потреби в товарах (послугах). Конкурентоспроможність потенціалу підприємства можна визначити як комплексну порівняльну характеристику потенціалу, яка відображує міру переваги сукупності індикаторів якості використання ресурсів і організації взаємозв'язків між ними, що визначають ефективність потенціалу на певному ринку в певний проміжок часу, відносно сукупності індикаторів підприємств-аналогів [2].

Серед чинників, які істотно впливають на розвиток потенціалу сучасного підприємства і його елементів, можна виділити такі основні групи і їх характеристики: економічні, політичні, соціально-культурні, технологічні чинники, міжнародні, екологічні і географічні, законодавство, постачальники, конкуренти, споживачі та ін.

Таким чином, конкурентний потенціал підприємства – це сукупність взаємозалежних і взаємообумовлених потенціалів: виробничого, фінансового, інноваційного і маркетингового, які дозволяють підприємству отримувати прибуток, достатній для відтворення елементів виробництва, удосконалювання процесу виробництва, підтримки і поліпшення якості продукції, стимулювання виробництва в умовах постійних змін конкурентного середовища.

Досліджуючи складові конкурентного потенціалу можливо визначити, що конкурентний потенціал підприємства є інтегральним, а складові його потенціали – частковими. Часткові потенціали мають специфічні особливості формування, використання, відтворення і розвитку, знаходяться під впливом специфічних зовнішніх і внутрішніх факторів, які характеризують ці процеси.

Аналізуючи практику ведення бізнесу можливо відмітити, що головним із часткових потенціалів промислового підприємства є виробничий, який визначається максимальним обсягом виробництва продукції в натуральному виразі на рік. Не меншої уваги необхідно приділяти фінансовому потенціалу у формуванні інтегрального потенціалу підприємства. Необхідно визначати ступінь використання фінансового потенціалу зі співвідношення фактичного обсягу фінансових коштів на рік до максимально можливого.

Інноваційний потенціал являє собою такі можливості підприємства, які дозволяють проводити на підприємстві науково-дослідні і конструкторські роботи, впроваджувати передові технології у виробничому процесі і у процесі управління підприємством. Тому визначати рівень використання інноваційного потенціалу необхідно з відношення фактичних інноваційних витрат на підприємстві на рік до максимально можливого. Маркетинговий потенціал формує конкурентний потенціал підприємства.

Таким чином при дослідженні проблеми конкурентоспроможності підприємства необхідно приділяти увагу не тільки тактиці підприємства по формуванню цієї переваги, а й стратегічного напрямку, який дозволить підприємству підвищити конкурентоспроможність підприємства шляхом підвищення його потенціалу.

УДК 330.111.66

Ю.П. Івашук, аспірант, Тернопільський національний економічний університет, Тернопіль

ВПЛИВ КОРУПЦІЇ НА КОНКУРЕНТОСПОМОЖНІСТЬ У КОНТЕКСТІ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТА РОЗВИТКУ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ

Глобальна економіка ХХІ століття по-новому розставляє акценти у питаннях економічного розвитку країн світу, базових чинників підвищення їх конкурентоспроможності, а отже, вимагає кардинально інших підходів до формування механізмів функціонування національних економік.

Розвиток наукового знання та інформаційних технологій спричинив кардинальні інституційні зміни в національному та світовому хазяйствах. Істотно виросла економічна роль творчого потенціалу, нематеріальних ресурсів та інноваційної складової, конкуренція зміщується з галузі готових продуктів в галузь наукових ідей і високих технологій, формується інформаційне суспільство та економіка знання.

Для збереження національної конкурентоспроможності на світовому і глобальному ринках наукоємної продукції та активного освоєння нових технологій потрібна модернізація економіки та інтенсифікація генерації і комерціалізації нових науково-технічних результатів.

Як одна із найважливіших складових національних економік конкурентоспроможність нині забезпечує економічний розвиток суспільства, і, як результат, створює конкурентні переваги однієї країни над іншою, що сприяє підвищенню життєвого рівня населення країни загалом. Основою для створення конкурентних переваг сьогодні виступають інновації [3]. Тому кожна країна, зацікавлена у динамічному зростанні свого добробуту, прагне

прискорення інвестиційних процесів, які обумовлюють оновлення основних фондів та впровадження інновацій [2].

Випереджальний економічний розвиток країн, які лідирують в інноваційній сфері, залежить від спроможності їхніх інноваційних систем використовувати досягнення технічного прогресу для створення вартості. Країни-лідери досягли високого рівня добробуту великою мірою завдяки своїм винятковим успіхам в організації результативних інноваційних процесів.

Втім, як зазначає низка дослідників [1; 2], нині в усіх без винятку державах світу впровадження інновацій зазвичай ускладнюється проявами державної корупції, коли постає потреба в отриманні дозволів, ліцензій, патентів. Однак головне питання полягає в її масштабах та векторі впливу на соціально-економічний розвиток.

Вочевидь інноваційна діяльність у країнах, що розвиваються, є однією з найбільш ризикових галузей у сучасній економіці. Невизначеність, яка супроводжує виведення нового продукту на ринок товарів та послуг, підсилюється також за рахунок недосконалості державних організацій.

Проблеми корупції та інновацій не просто пов'язані, а й взаємообумовлені. Першоджерела корупції в тому, що, з одного боку, чиновники розподіляють різноманітні матеріальні блага, і при цьому їхні власні офіційні доходи жодним чином не пов'язані з результатами цього розподілу. В сировинній економіці доходи держави визначаються не лише активністю громадян, а й чинниками, які не залежать від держави. Розривається ланцюг зворотного зв'язку: держава і громадяни. Держава не залежить від громадян у своїх доходах, відповідно, вона може не орієнтуватися на інтереси громадян. Громадяни, в свою чергу, не відчують бажання на неї впливати. Створюється безконтрольна обстановка (ситуація), в якій корупція процвітає.

Вочевидь, можна стверджувати, що проблеми корупції та інновацій не просто пов'язані, а взаємообумовлені. Низький контроль корупції – це той камінь, об який спотикається дедалі більше сучасних інновацій.

Ефективними інструментами боротьби з корупцією є: активне впровадження електронного врядування на всіх рівнях управління, розвиток інститутів громадянського суспільства та посилення контролю й відповідальності за корупційні злочини, що в перспективі дасть мінімізувати вплив помилок у суспільному секторі економіки.

Список літератури: 1. Ades A. Rents, Competition and Corruption / A. Ades, R. di Tella // The American Economic Review. –1999. –Vol. 89. –Iss. 4. –P. 982 – 993. 2. Тананакіна Д. О. Проблеми національної конкурентоспроможності та пріоритети конкурентної політики в Україні. – К., 2000. 3. Шаститко А. Е. Экономические эффекты ошибок I и II рода в транзакциях с участием дискриминирующего гаранта / А. Е. Шаститко // Реформирование общественного сектора экономики: Доклады международной научно-практической конференции (11 – 12 ноября 2011 г.). – Часть 1. – С.-Пб.: ВШМ СПбГУ, 2011. –С. 223 – 255.

А. Кендюхов, председатель Всеукраинского союза ученых-экономистов, доктор экономических наук, профессор, академик Академии экономических наук Украины, ДонНТУ, Донецк

СТРАТЕГИЧЕСКИЕ ПРИОРИТЕТЫ ОБЕСПЕЧЕНИЯ НАЦИОНАЛЬНОЙ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ УКРАИНЫ В УСЛОВИЯХ МИРОВОГО ЭКОНОМИЧЕСКОГО КРИЗИСА

События в мировой экономике конца 2011 – начала 2012 годов подтверждают мои мрачные прогнозы, которые я озвучивал в СМИ еще два года назад, о высокой вероятности второй волны мирового экономического кризиса, которая накроет Украину в начале 2013 года. По-существу, экономический кризис, начавшийся в 2008 году до 2011 года был кризисом экономики Западной цивилизации, а Восточная, во главе с Китаем, наоборот, получала дивиденды. Но теперь он полностью охватил всю мировую экономику. Вторая волна придет с востока и для Украины она будет не менее ощутимой, чем первая. Время для структурных изменений в экономике уже упущено. Мир и Украина не на пороге глобальных перемен. Мир уже меняется и меняется неотвратимо. И Украина, вопреки мнению многих украинцев, не ось Земли, вокруг которой все вращается, а скорее черепашка, на которую надвигается каток.

Перед тем, как цунами обрушивается на берег, вода перед волной отступает. Начинается отлив. В мировой экономике отлив уже начался со всех берегов.

В последние месяцы началось снижение объемов производства в Германии и Франции – главных локомотивах еврозоны. Италия, Португалия, Испания, Ирландия, Румыния вошли в рецессионный штопор. Греческая рецессия переросла в затяжную общенациональную депрессию. Уровень потребления продолжает сокращаться, бюджеты трещат по швам, социальные программы сворачиваются. Европа затягивает пояса на годы вперед. Банковский (кредитный) кризис имеет серьезные предпосылки к нарастанию по мере того, как банки проводят делеверидж, выставляя на продажу свои активы и ограничивая кредиты, что снижает спрос и тем самым усугубляет экономический спад. Экономического роста в еврозоне в ближайшие годы уже никто не ждет. В Европе впереди политическая нестабильность, гражданские волнения и еще большая экономия.

США застыли перед дилеммой, где ставить запятую: усилить доллар нельзя ослабить. Усиление темпов роста американской экономики, как следствие вливания ликвидности осенью 2011 года с целью избежать дефолта, похоже, в конце прошлого года было пиковым. Впереди неизбежное ужесточение бюджетной политики и, как следствие, замедление экономических процессов. Рынок недвижимости и кредитный рынок США замерли в стадии глубокой стагнации. Частное потребление на автомобильном, судостроительном и авиарынках

остается подавленным. Производственная база США работает на склад, а не на продажу. Ослабленный в период экономического кризиса доллар вызывает недовольство среди населения США. Усиление доллара в совокупности с общемировым спадом потребления, особенно в Западной Европе, негативно повлияет на американский экспорт. Ситуация с американским экспортом в 2012 году, очевидно, ухудшится, так как уровень своих расходов и, соответственно, потребления импортных товаров начали, и в текущем году будут продолжать сокращать Китай, Япония, Сингапур и Тайвань. Если при этом будет расти цена на нефть, а такие риски есть и очень серьезные, то экономический рост в США будет почти на нуле. США будут вынуждены еще больше урезать свои бюджеты и затягивать пояса. Лучшие времена Америки уже позади.

Вода отступает и от азиатских берегов, благодаря которым Украина смогла выжить в 2008-2010 годах. Азиатские тигры переходят на вегетарианскую диету.

В 2011 году существенно снизился рост экспорта, и, как следствие, к концу года резко снизился рост импорта. Инвестирование во многие инфраструктурные проекты, в том числе в создание сети высокоскоростных практически замерло. Государственный сектор Китая (не народ!) начал сокращать свои расходы. Но китайский дракон – двухголовый. Что хорошо для экономики Китая – плохо для экономики Запада. Что плохо для экономики Китая – тоже плохо для экономики Запада. На сегодняшний день запас прочности китайской экономики намного выше, чем экономики Западной цивилизации, ввиду того, что ценности Общества потребления в Китае еще не стали доминирующими и не вытеснили в сознании китайцев даосизм и конфуцианство. Падение потребления в странах Запада должно было неизбежно сказаться на китайском экспорте. В условиях снижения уровня доходов, когда потребитель вынужден выбирать не то, что лучше, а то, что дешевле, цена становится важнейшим конкурентным преимуществом и доминантой в дилемме цена-качество. Рынки не просто сокращаются, параллельно они и перераспределяются. В пользу Китая и Индии. Ввиду того, что китайский товар более конкурентоспособен по цене.

Рост ВВП Индии в 2012 году, судя по всему, будет самым низким с 2008 года и, по самым оптимистичным оценкам индийского правительства вряд ли преодолеет отметку в 6,9%. Все второе полугодие 2011 года и начало 2012 года продолжает сокращаться экономика Сингапура, в конце 2011 года начала входить в экономическую рецессию экономика Тайваня. В четвертом квартале 2011 года экономика Южной Кореи продемонстрировала самый низкий темп роста за последние два года – всего на 0,4%. В 2011 году продолжит сокращаться ВВП Японии.

Китай, Индия, Сингапур и Тайвань, соответственно, в 2012 году сократят закупки технологий и высокотехнологичных товаров промышленного назначения в Западной Европе и США, нанеся тем самым еще один удар по экспортным возможностям этих стран и сокращая поступления в их бюджеты.

Вторая волна кризиса, судя по сдвигам в структуре мирового производства/потребления, придет в Украину в начале следующего года. Выбор у нашей страны будет небольшой: дефолт или кредитная кабала. Украинцы должны готовить себя к новым тревожным событиям в мировой экономике. То, что надвигается, может полностью изменить современный облик страны и поставить под вопрос ее независимость. Основное затягивание поясов еще впереди.

Можно ли избежать катастрофичной ситуации? Время уже упущено, но можно попытаться.

Кроме международных угроз, связанных с нарастанием второй волны мирового экономического кризиса, главными угрозами национальной конкурентоспособности являются:

- физически и морально устаревшая низкотехнологичная, низкорентабельная, сверхэнергоемкая индустриально-аграрная структура национального производства, не позволяющая обеспечить положительный торговый баланс;

- крайне низкая скорость экономических процессов вследствие тотальной бюрократизации и крайней зарегулированности предпринимательской деятельности;

- гипертрофированная структура распределения общенациональных инвестиционных потоков: масштабное инвестирование в инфраструктурные проекты при полном отсутствии инвестиций в создание новых экспортоориентированных высокорентабельных высокотехнологичных производств;

- морально и физически устаревший топливно-энергетический комплекс;

- тормозящая развитие бизнеса сверхзапутанная налоговая система с большой налоговой нагрузкой;

- гипертрофированная пенсионная система, основанная на непомерных начислениях на заработную плату в солидарный фонд и не отражающая реального трудового вклада гражданина в создание общественного продукта;

Соответственно, главными стратегическими приоритетами обеспечения национальной конкурентоспособности должны стать стремительная смена структуры национального производства с традиционной для Украины производственной базы на экспортоориентированные высокорентабельные производства и резкое ускорение всех экономических процессов. Важно создать условия для предпринимательского бума и обеспечить правильное распределение общенациональных инвестиционных потоков.

Для этого необходимо выполнить пять ключевых задач:

1. Изменение направлений инвестиционно-инновационных потоков за счет прямого государственного инвестирования в создание новых высокотехнологичных производств и радикального изменения налоговой, пенсионной систем, энергетической политики, создания прочных институциональных основ защиты свободной конкуренции на внутреннем рынке. Государство личным примером, то есть прямыми государственными

инвестициями, должно продемонстрировать частному инвестору серьезность и твердость намерений по изменению структуры национального производства.

2. Налоговая реформа, смысл которой не в том, чтобы несколько улучшить существующий порядок вещей, как многострадальный Налоговый кодекс, а в том, чтобы его полностью изменить. Налоговая реформа должна рассматриваться как стратегическое оружие нанесения удара по двум важнейшим направлениям: привлечение прямых зарубежных инвестиций в создание новых высокотехнологичных производств на территории Украины и обеспечение бурного развития отечественного бизнеса, предпринимательского бума. Механизм абсолютно прост: полностью убрать налоги на предпринимательские доходы (НДС, налог на прибыль, единый налог на малый бизнес) и заменить их налогом на потребление, на покупку (2,5-3% от стоимости покупки). Технически в течение двух лет в Украине можно создать такую налоговую систему, при которой вообще исчезнет необходимость предприятиям вести какую-либо налоговую отчетность и, соответственно, никаких документальных налоговых проверок не будет в принципе. Все это абсолютно реализуемо. Практически будет уничтожена паутина регламентирующих процедур, сдерживающая развитие предпринимательства.

3. Пенсионная реформа, смысл которой с одной стороны – создать надежный абсолютно справедливый механизм формирования пенсий, отражающий реальный трудовой вклад гражданина Украины в создание общественного продукта, а с другой – избавить наши предприятия от тяжелого бремени начислений на заработную плату. Всеукраинский союз ученых-экономистов такой механизм предложил. Каждый желающий может зайти на сайт Союза и ознакомиться с ним. Но что особенно важно, предложенная нами пенсионная реформа формирует колоссальный внутренний инвестиционный ресурс.

4. Реформирование национальной энергетической политики, суть которого заключается в масштабной промышленной реализации передовых разработок отечественной науки по добыче сероводорода из воды Черного моря, производству биодизеля из специального микроводорослевого сырья, получению синтез-газа из угля. Ключевая задача – превратить Украину из энергетического наркомана в крупнейшего поставщика собственных топливных энергоресурсов в Европу.

5. Реформа правовой системы, защищающей институциональные основы рыночной экономики. Главный смысл - защитить свободную конкуренцию, основу основ рынка. Современная украинская экономика является псевдорыночной, свободная конкуренция существует только на уровне мелких лавочников, а на более высоких уровнях носит имитационный характер. Предлагаемая нами реформа предполагает принятие ряда конституционных законов, защищающих свободный рынок.

Данные стратегические инструменты в совокупности с предложениями Всеукраинского союза ученых-экономистов по сельскохозяйственной реформе, реформированию системы образования, развитию фондового рынка и другим

важным составляющим предложенного нами комплекса реформ, в случае их реализации, создали бы в Украине беспрецедентные по мировым меркам условия для бурного развития принципиально нового для нашей страны высокотехнологичного, высокорентабельного, постиндустриального экспортоориентированного бизнеса. Это было бы надежным фундаментом национальной конкурентоспособности на десятки лет вперед.

УДК 334.012.64

Я. В. Кононенко, аспирант, ХГУ «Народная Украинская Академия»,
Харьков

ИННОВАЦИЯ КАК ФАКТОР ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТО-СПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

В настоящее время теория стратегического управления инновационным развитием предприятия является одной из тщательно исследуемых. Инновации становятся важной движущей силой конкурентоспособности, следовательно, главной задачей является создание эффективной инновационной системы с целью технологической и информационной модернизации экономики и рассмотрения научного потенциала в качестве одного из ресурсов устойчивого экономического роста.

Цель инновационной деятельности на предприятии состоит в создании долгосрочных конкурентных преимуществ, т. е. инновационная деятельность должна рассматриваться не как отдельные инновации, а как способность организации к постоянному и непрерывному процессу инновационной деятельности. Имеющиеся тенденции экономики указывают на то, что потенциал новых технологий не всегда используется в полном объеме и, как следствие, происходит технологическое отставание предприятий. Это свидетельствует об актуальности исследований в предметной области стратегического управления инновационным развитием предприятия.

Как отмечают авторы Аакер Д., Круглова Н. Ю., Тищенко А. Н., Ястремская Е. Н., внедрение инноваций может оказывать как положительный, так и отрицательный эффект на деятельность предприятия. Внедрение инноваций, с одной стороны, приносит выгоду предприятию, а с другой стороны – содержит высокую степень риска, соответственно, задачей управления инновационными рисками является их своевременное распознавание и снижение.

Остановимся на предмете нашего исследования. Термин «инновация» был введен в 1912 г. основоположником теории инноваций Й. Шумпетером, который рассматривал инновацию как нововведение, применяемое в области технологии производства или управлении хозяйствующей единицы. Далее под этим понятием подразумевалось любое возможное изменение, происходящее

вследствие использования новых или усовершенствованных решений технического, технологического, организационного характера, которые обеспечивают экономическую выгоду. П. Друкер разработал науку об инновации, основанной на трёх императивах: 1. Отчётливого сознания своей миссии. 2. Сосредоточения на конкретных результатах. 3. Вынесения строгой оценки применяемой технологии и, в случае многократных неудач, решимости отказаться от неё. Автор считает, что успех предприятия зависит от способности к постоянной переоценке своей деятельности, применяя вышеуказанные императивы. Исходя из того, что целью внедрения инновации является увеличение количества потребителей, важно понимать, что процесс анализа, систематизации и направления дальнейшего инновационного развития предприятия должен основываться на мониторинге мнения потребителей, отказавшихся по тем или иным причинам от потребления производимого предприятием продукта. Данное утверждение развивает в своём исследовании Отенко В. И., акцентируя внимание на том, что важнейшим признаком инновации должна выступать новизна её потребительских свойств, т. к. большинство неудач по введению инноваций на рынок происходит по причине их возникновения на базе новых знаний, а не потребностей. Из этого следует вывод о том, что потребителям нужен не новый товар, а новые выгоды. По мнению Уварова В. В., Волкова О. И., посредством инноваций можно правильно построить стратегию предприятия, учитывая тот факт, что в конкурентной борьбе выигрывают лидеры, а не их последователи.

Практическое использование инноваций приводит к созданию лучших по своим свойствам изделий и технологий, способствуя расширению границ рынка, поиску новых сегментов, эффективной ценовой политике, что в конечном результате хозяйственной деятельности выражается в виде экономической выгоды. Следует учитывать, что важным участником инновационного процесса становится государство, поэтому государственные инвестиции в образование, в научно-исследовательские и конструкторские разработки становятся главным фактором повышения как национальной конкурентоспособности, так и конкурентоспособности отдельного предприятия.

Необходимо также отметить, что именно конкуренция заставляет организации достигать преимуществ над конкурентами и самым сложным процессом является установление характера преимущества организации по сравнению с конкурентами. М. Портер, разработавший теорию конкурентного преимущества, обращает наше внимание на тот факт, что компании добиваются конкурентных преимуществ посредством инноваций, используя как новые технологии, так и новые методы, принципы работы, и удержание завоеванного конкурентного преимущества определяется постоянным его совершенствованием.

Можно сделать вывод о том, что конкурентные преимущества, отражая реальные преимущества в соответствии с мнением потребителя, позволяют относительно правильно выработать стратегию позиционирования товаров и

услуг на рынке, поэтому они являются главной целью и основным результатом хозяйственной деятельности предприятия. В условиях конкуренции предприятие стремится приобрести и удержать конкурентные преимущества на основе инноваций вследствие необходимости стать отличным от других посредством новой технологии производства, управления и новых бизнес-стратегий.

УДК 65.016.7

А. О. Костенко , аспірант, НТУ «ХПІ», Харків

МІСЦЕ САНАЦІЙНОГО АУДИТУ В ПРОЦЕСІ ФІНАНСОВОГО ОЗДОРОВЛЕННЯ КРИЗОВИХ ПІДПРИЄМСТВ

В сучасному правовому полі переважають механізми, орієнтовані, головним чином, на ліквідацію, а не на відновлення платоспроможності й ефективної діяльності фінансово неспроможних підприємств. Вітчизняна науково-практична література не приділяє достатньої уваги різниці між звичайним аудитом та аудитом, який здійснюється на підприємствах, що перебувають у кризовому стані. З обумовленою у Законі України „Про відновлення платоспроможності боржника або визнання його банкрутом” можливістю досудової санації питання проведення санаційного аудиту як складової процесу оздоровлення досліджуваного підприємства набуває особливої актуальності, зважаючи на те, що саме від висновків санаційного аудиту досліджуваного підприємства залежить рішення про застосування процедури санації, мирової угоди чи ліквідації підприємства [1].

Загалом поняття „аудит” визначено Законом України „Про аудиторську діяльність” як незалежна перевірка даних бухгалтерської та фінансової звітності, іншої інформації щодо фінансово-господарської діяльності суб’єктів господарювання з метою висловлення незалежної думки аудитора про її достовірність в усіх суттєвих аспектах та відповідність чинному законодавству згідно із вимогами користувачів [2].

Санаційний аудит виокремлюють як особливий напрямок діяльності аудиторських фірм. Від „звичайного” аудиту його відрізняє той факт, що потреба саме у санаційному аудиті виникає, по-перше, на підприємстві, яке перебуває у фінансовій кризі, а по-друге, головною метою санаційного аудиту є оцінка санаційної спроможності підприємства на підставі фінансової експертизи та аналізу наявної санаційної концепції [4].

Загальний алгоритм проведення санаційного аудиту складається зі збору інформації щодо становища підприємства, комплексного аналітичного процесу, спрямованого на здобуття об’єктивних висновків про поточний і перспективний стан об’єкта аудиту, перевірки достовірності і реалістичності представленого плану санації та оцінки самостійних санаційних можливостей

підприємства. Все це створює підґрунтя для висновків про санаційну спроможність та рекомендацій щодо вдосконалення концепції санації підприємства.

Визначальним критерієм щодо проведення санації чи ліквідації підприємства є його санаційна спроможність, тобто здатність підприємства до виживання та забезпечення його життєдіяльності у довгостроковому періоді. Загальними передумовами санаційної спроможності є наявність у підприємства певного потенціалу для майбутньої успішної діяльності (виробничих, кадрових, конкурентних та ін. переваг) та існування реальної та дієвої санаційної концепції [4].

З метою визначення санаційної спроможності підприємства під час санаційного аудиту здійснюється аналіз фінансово-господарської діяльності суб'єкта господарювання; висвітлюються причини фінансової кризи, визначаються її глибина та можливості подолання; аналізуються сильні та слабкі сторони підприємства; проводиться економіко-правова експертиза наявної в підприємства санаційної концепції; оцінюються можливі ризики, пов'язані з реалізацією санаційної концепції; робиться висновок про доцільність санації чи ліквідації суб'єкта господарювання [3, 4].

У процесі проведення санаційного аудиту використовуються різноманітні методи та інструменти: опитування співробітників; трендовий аналіз; факторний аналіз відхилень; метод ланцюгових підстановок; нуль-базис бюджетування; аналіз сильних та слабких місць (SWOT-аналіз) та ін.

До обов'язків аудитора відносять також підготовку програми санаційного аудиту, яка визначає процедури, необхідні для досягнення поставлених цілей.

В ході такої програми вивчають наявну санаційну концепцію та збирають необхідну інформацію; оцінюють відбиті у плані санації вихідні дані про підприємство (здійснюється аналіз виробничо-господарської діяльності, аудит фінансового стану підприємства, дослідження ситуації підприємства на ринку факторів виробництва та збуту готової продукції); перевіряють правильність визначення причин кризи та сильних і слабких сторін підприємства; проводять експертну оцінку запланованих санаційних заходів та правову оцінку діяльності підприємства та запропонованої санаційної концепції; оцінку ефективності санації; оцінюють ризики, пов'язані з реалізацією санаційної концепції; оформлюють висновок про результати аудиту [4].

Завершується аудит загальною оцінкою санаційної спроможності підприємства з подальшим прийняттям рішення про доцільність санації чи ліквідації суб'єкта господарювання та складанням акта аудиторської перевірки.

Таким чином, можна зробити висновок, що санаційний аудит – це форма аудиту, яка проводиться на підприємствах, які виявляють ознаки фінансової нестабільності чи неспроможності. Окрім звичайного аналізу звітності, санаційний аудит повинен відповісти на питання про доцільність подальшої санації підприємства та оцінити самостійні санаційні можливості підприємства. Відповіді на ці питання мають ґрунтуватися на вивченні завчасно наданого аудиторам плану фінансового оздоровлення або санації. Слід розрізняти саме

санаційний аудит та причинно-наслідковий аналіз фінансового стану підприємства. Останній здійснюється під час розробки плану санації і є складовою класичної моделі санації. У санаційному ж аудиті мова йдеться про перевірку достовірності та реальності наведених у плані санації даних.

Список літератури: 1. Закон України „Про відновлення платоспроможності боржника або визнання його банкрутом” № 2343-ХІІ від 14 травня 1992 р.; 2. Закон України „Про аудиторську діяльність” № 3125-ХІІ від 22 квітня 1993 р. 3. Фінанси підприємств: Підручник / А. М. Поддєрьогін, М. Д. Білик, Л. Д. Буряк та ін. Кер. кол. авт. і наук. ред. проф. А. М. Поддєрьогін. – 5-те вид., перероб. та допов. – К.: КНЕУ, 2005. – 546 с. 4. Терещенко О. О. Фінансова санація та банкрутство підприємств: Навч. посібник. – К.: КНЕУ, 2000. – 412 с., С. 72-105.

УДК 330.332:339

Л.В.Кузьменко, кандидат технічних наук, Національний технічний університет «Харківський Політехнічний інститут», Харків
А.С.Басюк, магістр, Національний технічний університет «Харківський Політехнічний інститут», Харків

СУЧАСНІ ПІДХОДИ ДО УДОСКОНАЛЕННЯ МЕТОДУ ЕКСПЕРТНИХ ОЦІНОК

Метод експертних оцінок застосовують для дослідження об'єктів у випадках, коли немає достатньої інформації для використання аналітичних та інших традиційних методів.

Експертну оцінку виконують фахівці-експерти, які мають необхідну кваліфікацію та практичний досвід, що дозволяє їм робити аргументовані висновки щодо предмету дослідження.

Для подальшого використання ці висновки повинні відповідати умовам адекватності та узгодженості (у випадку групи експертів).

Аналіз літератури показує, що виконання вказаних вимог є проблемним, тому що досить важко здійснити процедури формування і ефективного використання групи експертів та забезпечити достатній рівень узгодженості й адекватності їх висловлювань.

Наприклад, в математичних моделях оцінювання [1] фінансового стану підприємства (ФСП), незважаючи на фундаментальність підходу до проблеми покращення оцінювання ФСП, використовується процедура відбору експертної групи, що може служити основою для виникнення дискусійних моментів. Застосування методів анкетного опитування та самооцінки для визначення рівня компетентності експертів вносить елемент суб'єктивізму, а тому не гарантує узгодженості та адекватності їх висловлювань.

Ми пропонуємо застосовувати таку послідовність етапів організації роботи експертів: формування генеральної множини експертів, формування

репрезентативної групи експертів, перевірка кваліфікації експертів та узгодженості їх висловлювань. Опишемо коротко сутність цих етапів.

1) Методом анкетного опитування виявляється генеральна множина експертів.

2) Формуються критерії кваліфікації експертів. Оскільки вказані критерії мають різну природу та розмірність, то виробляється кваліметрична шкала їх кількісної оцінки та порівняння.

3) Накладаючи кількісні обмеження на вказані критерії формуємо групу експертів відповідних властивостей. Враховуючи завжди існуючі ресурсні обмеження, використовуємо при цьому методи вибірових досліджень. Це дає можливість з визначеною точністю та ймовірністю перенести результати вибірових досліджень на генеральну множину експертів.

4) Методом статистичної обробки результатів тестування визначаємо кваліфікацію відібраної групи експертів за показниками надійності та точності висловлювань.

Лише після виконання етапів 1-4 приступаємо до проведення процесу експертних оцінок у відповідності з наміченою програмою.

5) Одностайність роботи експертів перевіряємо шляхом статистичної обробки їх висловлювань використовуючи матриці типу: «ранжування», попарного порівняння та «вхід-вихід».

6) Якщо значення коефіцієнтів узгодженості (W) та відповідності (U) висловлювань нижче заданого наперед рівня, то процедура повторюється, починаючи з етапу 2. При цьому рівень критеріїв, що характеризують експертів та використовуються в процесі малих вибірок підвищується.

Література: 1. Азарова А.О., Рузакова О.В. Математичні моделі оцінювання фінансового стану підприємства. – Вінниця : ВНТУ, 2010. — 172 с

УДК 332.1+338.465.2

С.В.Кухарчук, аспірант, Таврический национальный университет им. В.И. Вернадского, Симферополь

ПРИНЦИПЫ ФОРМИРОВАНИЯ КОНКУРЕНТНОЙ СТРАТЕГИИ РАЗВИТИЯ ПОРТОВОГО ХОЗЯЙСТВА

Повышение конкурентоспособности морских портов базируется на разработке и эффективной реализации взвешенной, обоснованной конкурентной стратегии, которая предусматривает обеспечение конкурентных преимуществ портового хозяйства в долгосрочной перспективе.

Организационно конкурентная стратегия развития портового хозяйства крымского региона представляет собой целостную взаимосвязанную систему целей социально-экономического развития, принципов, механизмов,

мероприятий и действий, а также критериев оценки, которые обеспечивают максимальное использование ресурсов и рыночного потенциала территории.

Базируясь на многочисленных исследованиях в области разработки и реализации стратегического развития конкурентоспособности объектов мезоуровня, проведенных Й. Шумпетером, М. Портером, Е.И. Мазилкиной [1,2], Г.Г. Паничкиной, Л.Н. Чайниковой и др., учитывая наработку в сфере повышения конкурентоспособности регионов и стратегического планирования, отображенных в трудах В. Подвысоцкого, Ю. Полунеева, В. М. Вакуленко и др., в формировании конкурентной стратегии развития предлагается использование комбинированного подхода. Процесс разработки стратегии развития морских портов имеет ряд особенностей, которые во многом определяют и маркетинговые функции, и необходимый комплекс рыночных стимулов, формирующих эффективный и устойчивый механизм конкурентного развития портового хозяйства в регионе.

Главным содержанием конкурентной стратегии развития морских портов АРК должны быть принципиальное определение направлений наиболее рационального использования природных и финансовых ресурсов в данной сфере, оценка конкурентных преимуществ крымских портов и формирование стратегических императив эффективного развития портового хозяйства региона.

Формирование стратегии развития портового хозяйства региона должно базироваться на следующих методологических принципах:

- приоритетность стратегических задач над тактическими;
- научность (стратегия развития портового хозяйства должна быть разработана с учетом новейших научных достижений, использованием экспертных оценок, научных прогнозов развития территории);
- приоритетность программно-целевого подхода как самого эффективного при формировании и реализации конкурентной стратегии развития портовой сферы;
- комплексность (стратегия должна быть разработана с учетом важнейших структурно-функциональных связей территории, внешних и внутренних факторов развития портовой сферы);
- комплементарность подходов к формированию конкурентной стратегии (стратегия должна учитывать особенности и тенденции развития трансформационной национальной экономики и быть направлена на решение экономических, управленческих, социальных и экологических проблем);
- иерархичность и разделение компетенции по уровням власти государственного управления;
- ситуативность (стратегия должна быть адаптивной к изменениям факторов, влияющих на изменения внешней конкурентной среды);
- непрерывность (процесс разработки и реализации стратегии должен осуществляться непрерывно, циклически);

- реалістичність (стратегія повинна ґрунтуватися на реальному потенціалі території, відповідну ресурсну базу, містити реальні напрями розвитку);
- оптимальність (стратегія повинна враховувати обмеженість фінансових і природних ресурсів і визначати найбільш оптимальний варіант їх використання);
- ефективність (пріоритетна орієнтація формовуваної концепції стратегії повинна бути направлена на розвиток портового господарства, регіону, містити ефективні механізми реалізації, основним критерієм яких виступає соціально-економічна ефективність).

Очевидним є те, що в ході формування конкурентної стратегії розвитку портового господарства цілорозумно виявити його місце, роль і функції в сучасних умовах, визначити стратегічні пріоритети розвитку регіону в трансформаційній економіці, обґрунтувати нормативно-правові, інституціональні, ресурсні і організаційні механізми реалізації стратегії в інституціональній середі, яка дасть можливість портам АР Крим підвищити конкурентоспроможність як на внутрішньому, так і на зовнішніх ринках. При цьому стратегія регіонального розвитку портової сфери повинна органічно вписуватися в галузеву і загальнодержавну стратегію розвитку і представляти з нею єдине ціле.

Література: 1. Портер М. Конкуренція / М. Портер [переклад з англ.]. – М.: «Вільямс», 2005. – 608 с. 2. Мазилкіна Е.І., Панічкіна Г.Г. Управління конкурентоспроможністю: [навчальний посібник] / Е.І. Мазилкіна, Г.Г. Панічкіна. – М: Омега-Л. – 2009. – 328 с.

УДК: 338.1(477):004

І.В. Лопаткіна, к.е.н., ДВНЗ «Українська академія банківської справи», Суми

ПРОБЛЕМИ АНАЛІЗУ ВЕЛИКИХ ДАНИХ В ЕКОНОМІЦІ

Українськими вченими висвітлюються різноманітні проблеми стану, факторів та механізмів підвищення конкурентоспроможності національної економіки. Однак, незважаючи на різноплановість та глибину проведених досліджень, проблема інформаційного забезпечення, і, насамперед, використання великих даних суб'єктами економіки, залишається недостатньо вивченою.

Роль великих даних в системі чинників економічного зростання стала досить часто обговорюватися в економічних колах, не дивлячись на те, що ще кілька років тому ця тема цікавила, в основному, фахівців сфери ІТ.

Питання використання великих даних в сучасних умовах розглядається в основному західними фахівцями в силу наявності доступу до емпіричних

методів дослідження. Вони розкрили масштаби накопичення інформації в глобальному масштабі, а також зробили прогнози з приводу темпів подальшого зростання об'єму великих даних, підкреслюють підвищення значущості рішень, прийнятих на підставі аналізу даних в компаніях різних секторів економіки. Особливою активністю в питанні дослідження великих даних відрізнялися фахівці McKinsey Global Institute.

До великих даних відносяться набір інформації, розмір якої перевищує об'єми типових для даного часу баз даних, що обробляються широко відомими програмами, аналізованих, керованих і таких, що зберігаються стандартними процедурами. Це визначення навмисно залишає суб'єктивизм у визначенні розміру великих даних, що не акцентує увагу на дійсній кількості одиниць інформації. З розвитком технологій і зміною традиційно використовуваних обсягів інформації межі даних, що будуть віднесені до великих, будуть розширюватись. Саме розширюватись. Тому що з'ясованою тенденцією щодо генерування інформаційних потоків є її експоненціальний ріст. Не останню роль у формуванні цієї тенденції зіграв зростаючий об'єм мультимедійного контенту. Соціальні мережі, смартфони, і інші споживчі пристрої, включаючи ПК і ноутбуки дозволили мільярдам людей по всьому світу зробити свій вклад в доступний об'єм великих даних. Компанії генерують величезні об'єми транзакційної інформації, що охоплює трильйони байт інформації про їх клієнтів, постачальників і операції.

Численні дослідження показують, що дані можуть створити істотну цінність для світової економіки, збільшуючи продуктивність і конкурентоспроможність компаній і державного сектора, а також створюючи значний економічний надлишок для споживачів. Додатковий ефект може бути отриманий від скорочення кількості випадків шахрайства, помилок і порушень у багатьох сферах економіки. Крім того, потребує свого вирішення питання прямої та непрямой (за рахунок невикористання) втрати інформації. Ці аргументи виступають на користь додаткової уваги до великих даних і до сучасних технологій їх аналізу.

Багато інноваційних компаній вже використовують великі дані для створення позитивного ефекту, таким чином, змушуючи інші компанії сектора шукати схожі інноваційні методи для збереження конкурентоспроможності.

У багатьох розвинених країнах використання геолокаційних даних вже дозволило керівництву вирішити множинні проблеми, такі, наприклад, як затори на дорогах (що, у свою чергу, гальмує обіг товарів і динаміку економічної діяльності в цілому), а також дозволило значно поліпшити муніципальне транспортне сполучення. В даному випадку ефект від використання великих даних цілком визначається кількісно як економія на паливі, збільшення швидкості товарообігу, зниження викидів в атмосферу під час заторів, витраченого на шлях з одного пункту в інший часу.

Програмні засоби, використовувані для отримання наповненої сенсом інформації з даних, також прогресують досить високими темпами. Здатність генерувати, повідомляти, ділитися інформацією і діставати доступ до неї

значно просунулися в ході популяризації електронних пристроїв і сенсорів, пов'язаних в єдиній мережі, з розвитком «хмарних» технологій і збільшеною доступністю містких засобів зберігання інформації. Інновації технічні явно стають фактором економічного розвитку та тлом для створення економічних інновацій.

Нестаток аналітиків і кадрів у сфері обробки великих даних (в першу чергу, в сегменті менеджменту) створює значні перешкоди для отримання користі з доступної інформації в короткостроковій і середньостроковій перспективі.

Одним з необхідних чинників для інтеграції великих даних в систему драйверів зростання продуктивності і ефективності в економіці є інфраструктура обробки даних. Забезпечення належної інфраструктури досягається шляхом створенням умов для здорової конкуренції, а також стимулюванням інновацій в усіх секторах економіки.

Одним з психологічних бар'єрів на шляху «світового турне» великих даних є недовіра людей до комп'ютерних технологій і невдоволення, страх від потрапляння у загальний обіг особистої інформації. Багато хто сприймає акумуляцію інформації з певною долею підозри, бачачи в нескінченній інформатизації свого роду вторгнення в особисте життя.

В результаті недостатньої захищеності даних надбанням громадськості можуть стати не лише особиста інформація, але і інформація, що стосується державної безпеки. У контексті вдосконалення технологічних засобів, здатних зробити несанкціонований доступ до інформації набагато простіше, ніж раніше, повинні удосконалюватися і способи захисту інформації.

Отримання значного виграшу від використання великих даних можливо, проте тільки у тому випадку, якщо бар'єри (а вони різні для різних секторів економіки) для їх використання будуть повністю здолані.

УДК 339.732

Л.О.Матлага, здобувач, Тернопільський національний економічний університет, м.Тернопіль

ОЦІНКА КАПІТАЛІЗАЦІЇ БАНКІВСЬКИХ УСТАНОВ В ПЕРІОД НЕСТАБІЛЬНОГО РОЗВИТКУ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ

Важлива умова економічного зростання держави – це надійна банківська система. В умовах загострення конкурентних відносин на вітчизняному банківському ринку важливого значення набувають нові підходи до розроблення ресурсної політики, зокрема заходи, спрямовані на формування достатнього за обсягами власного капіталу. Реалізація банківської політики здійснюється через відповідний фінансовий механізм. Саме тому розробка теоретико-методологічної бази, яка б враховувала особливості процесу

формування власного капіталу банку, трансформувала їх у комплекс відповідних процедур, що є складовими управління, набула особливої актуальності в ринкових умовах.

Сьогодні однією з проблем вітчизняної банківської системи є підтримка її стабільності, надійності та ефективності, завдяки чому банки можуть виконувати свої функції із забезпечення економіки достатньою кількістю фінансових ресурсів. Затяжна фінансова криза та проблеми у банківських секторах національних економік спостерігаються сьогодні у всьому світі. На міжнародному рівні визнано, що в даний час світова економіка перебуває в стані рецесії і водночас в очікуванні нової кризової хвилі. На думку представників МВФ [2, с.9], головними викликами є бюджетна стабілізація і зниження боргового навантаження, а також подальша імплементація реформ у фінансовому секторі, зокрема у банківському.

Як свідчать дані, станом на 01. 01. 2012 р. в Державному реєстрі банків зареєстровано 198 банків, що збільшилось порівняно із минулим роком (у 2010 році – 194 банки). Серед зареєстрованих банків діючих нараховується 176 [3, с.116]. Згідно із даними на 01.01.2012р. 21 банківська установа перебуває на стадії ліквідації, а в одному банку (ПАТ «Інпромбанк») продовжує діяти тимчасова адміністрація. Крім цього, простежується зменшення кількості банків з іноземним капіталом упродовж досліджуваного періоду з 55 до 53 одиниць, проте зросла кількість банківських установ зі стовідсотковим іноземним капіталом з 20 до 22 одиниць; не дуже сприятливим явищем є збільшення кількості банків, що перебувають у стадії ліквідації, з 18 до 21.

У контексті розвитку даної проблеми варто також відзначити, що упродовж трьох років відстежується чітка тенденція до збільшення абсолютної суми як статутного, так і власного капіталу банківської системи: на 26 008 млн. грн., або у 1,1 рази та на 17 762 млн. грн., або в 1,1 рази порівняно з 2010 р. Враховуючи вимогу НБУ щодо нарощення статутного капіталу, банки збільшили його розмір порівняно з 2010 р. на 84,8%, а його частка у власному капіталі зросла на 1%. Станом на 01.01.2012р. 54 банки не виконували вимогу стосовно нарощення розміру статутного капіталу до 120 млн. грн. до початку 2016 р.

З наведених даних можна зробити висновок, що особливістю банків України є висока питома вага статутного капіталу у структурі власного капіталу, частка якого станом на 01.01.2012р. становила 110%. Збільшення як суми, так і частки статутного капіталу банків упродовж аналізованого періоду підтверджує їхнє намагання підвищити рівень капіталізації саме за рахунок нарощення цієї складової власного капіталу.

Проблема капіталізації – це проблема загальної фінансової стабільності та автономності банківської системи, а отже, проблема належного обслуговування банками прийнятих на себе грошових зобов'язань. Проблема капіталізації – це проблема формування фінансового підмурку банківської системи. Від його якості залежить надійність всієї економічної системи та динаміка подальшого розвитку.

Варто відзначити, що перевищення темпів зростання активів банків України порівняно з темпами зростання їхнього капіталу в останні роки, підвищення з боку НБУ нормативу адекватності капіталу перетворили проблему капіталізації банків, яка раніше мала адміністративний характер, на економічну проблему [1, с.185].

З дослідження видно, що за 2006-2011 рр. за багатьма показниками темпи приросту були досить високими. Так, чисті активи зросли у чотири рази (у 2006 році вони становили 213,9 млрд.грн., а у 2011 році – 1054,2 млрд.грн.); власний капітал банківських установ зріс майже у п'ять раз (у 2006 році він становив 25,5 млрд.грн.) Станом на 01.01.2012 року величина активів банків становила 1054,2 млрд.грн., а власного капіталу 155,4 млрд.грн. Однак, незважаючи на це, капіталізація відбувається за рахунок збільшення кількості банків, а не за рахунок їх фінансового зміцнення, що породжує проблему можливих банкрутств банків.

Для вирішення проблеми підвищення рівня капіталізації та надійності установ банківської системи України, що нині є вкрай нагальною, банкам було б доцільно: поліпшити якість капіталу та забезпечити достатній рівень покриття ним ризиків, що приймаються банками; стимулювати інвесторів звільненням від податків на прибуток, який спрямовується на капіталізацію банків; збільшувати показник адекватності капіталу через консолідацію банківської системи України (консорціумне кредитування, створення банківських об'єднань, злиття банків, їх реорганізація).

Отже, підвищення рівня капіталізації вітчизняних банків посилить їх конкурентоспроможність на світовому фінансовому ринку і забезпечить стабільність усієї економіки України на шляху інтеграції у світове господарство.

Література: 1. Панасенко А.А. Формирование и рост собственного капитала банковских учреждений Украины // Актуальні проблеми економіки. – 2011. – № 1. – С. 185 – 198. 2. Сколотяний Ю. Оздоровлення за океаном і в нашому болоті // Дзеркало тижня. – 2010. – №37(817). – С.9. 3. Структура активів, капіталу і зобов'язань банків України станом на 01.01.2011р.// Вісник НБУ. – 2012. – №2. – С.116 – 125.

УДК:621:347.211(477)

Т.С.Мішустіна, ст. викладач, Дніпропетровський університет ім. А. Нобеля, Дніпропетровськ

ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ОБ'ЄКТІВ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЇ ВЛАСНОСТІ МАШИНОБУДІВНИХ ПІДПРИЄМСТВ УКРАЇНИ

На сьогодні в економіці України однією з найбільш важливих і значимих у формуванні валової доданої вартості є галузь виробництва машин і устаткування. Вона представлена широким спектром видів діяльності, зокрема з виробництва: двигунів, турбін, насосів, компресорів, елементів механічних передач і приводів; печей, підйомно-транспортного, промислового холодильного й вентиляційного устаткування, інших машин і устаткування загального призначення (для зважування, фасування, пакування товарів,

фільтрування й очищення води й ін.); машин і устаткування спеціального призначення: для сільського й лісового господарства, металургії, добувної промисловості, будівництва, харчової й легкої промисловості й т. ін.; верстатів; зброї й боєприпасів; побутових приладів (електричних і неелектричних).

Майже за всіма підгалуззями машинобудівної промисловості України за 5 місяців 2011 р. спостерігається позитивна динаміка. Так, найбільше зростання спостерігалось у виробництві машин та устаткування для добувної промисловості й будівництва та виробництві залізничного рухомого складу, за ними йде виробництво автомобілів, причепів та напівпричепів. Зниження обсягів відбулось у виробництві машин та устаткування для металургії, виробництві верстатів (табл.1).

Таблиця 1- Обсяги виробництва продукції машинобудування у 2011 р.

Галузь, підгалузь	Обсяг товарної продукції в діючих цінах за 5 міс 2011 р., млн. грн.	Темпі зростання обсягів товарної продукції (%)	Обсяг реалізованої продукції за 5 міс 2011р., млн. грн.	Питома вага обсягу реалізованої продукції в обсязі товарної продукції, %
		5 міс 2011 р. до 5 міс 2010 р.		
Енергетичне та хімічне машинобудування	3 342	122,2%	3 421	102,4%
побутові прилади	557	67,2%	581	104,4%
Важке і транспортне машинобудування	12 266	157,3%	11 802	96,2%
виробництво машин та устаткування для металургії	1 860	82,9%	1 711	92,0%
виробництво машин та устаткування для добувної промисловості й будівництва	378	193,8%	354	93,7%
виробництво залізничного рухомого складу	9 864	186,1%	9 737	98,7%
Автомобілебудування	4 546	166,4%	4 751	104,5%
автомобілі, причепа та напівпричепа	4 268	167,0%	4 532	106,2%
Верстатобудівна та інструментальна промисловість	298	96,4%	297	99,7%
виробництво верстатів	150	96,2%	150	100,0%
Електротехнічне обладнання	1 332	152,9%	1 247	93,6%
ВСЬОГО	21 783	150,8%	21 518	98,8%

Джерело:[1]

Ситуація в галузях машинобудування ускладнюється через їхню специфіку. Основна частка підприємств машинобудівного комплексу – це колишні державні монополії.

Вітчизняні монополії мали досить специфічні (часто суперечать економічній природі монополії) характеристики: мали сильну протекцію з боку держави; не володіли засобами виробництва і результатами праці і тому не несли серйозної матеріальної відповідальності за підсумки роботи; мали високі питомі витрати виробництва; весь виграш від монопольно високих цін і створення штучного дефіциту надходив не підприємству, а державі, що не дозволяло проводити необхідне розширення виробництва а це, у свою чергу, сприяло зростанню дефіциту. Тому підприємства виявилися непристосованими до роботи в умовах конкуренції з іноземними виробниками.

На вітчизняних машинобудівних підприємствах потенціал маркетингу має здебільшого дуже низький рівень чи знаходиться в зародковому стані, в фінансових звітах підприємств не відображено реальний стан гудвілу, більшість підприємств не має торговельних марок, просування здебільшого обмежується участю в виставках та розробкою каталогів.

Виходячи з вищевикладеного, можна зробити висновок про те, що для підприємств машинобудівного комплексу найбільш складно перебороти відставання від світових лідерів де значенню нематеріальних активів торговельним маркам, іншим об'єктам інтелектуальної власності приділяється не аби яка увага.

Економічна криза, яку нещодавно пережила Україна посилює значущість інтелектуального капіталу машинобудівельного підприємства для його стійкого розвитку. Зростає важливість розвитку всіх елементів інтелектуального капіталу для всіх типів машинобудівних підприємств у відповідності до їх стратегічної направленості, що потребує адекватних дій з управління інтелектуальним капіталом машинобудівних підприємств.

Аналіз тенденцій у галузі виробництва машин і устаткування на рівні економіки України в цілому, а також використання об'єктів інтелектуальної власності, дозволяє зробити висновок про те, що вони мають спрямованість до зростання, що актуалізує дослідження в даній галузі. Промисловість є основною у формуванні ВВП, а також одним із основних споживачів об'єктів нематеріальних активів (інтелектуальної власності). Саме ж виробництво машин і устаткування є стратегічно важливим напрямком розвитку економіки України.

Література: 1. Офіційний сайт державного комітету статистики України. [Електронний ресурс] - Режим доступу: www.ukrstat.gov.ua

Л.В.Кузьменко, кандидат технічних наук, Національний технічний університетський «Харківський Політехнічний інститут», Харків
Ю.С.Недбайло, магістр, Національний технічний університетський «Харківський Політехнічний інститут», Харків

ДОСЛІДЖЕННЯ МОТИВАЦІЙНИХ ФАКТОРІВ НА ПІДПРИЄМ- СТВАХ У СУЧАСНИХ УМОВАХ РОЗВИТКУ

Вивчення проблем мотивації трудової діяльності має як теоретичне, так і пряме практичне значення. Від того, як розуміє та чи інша людина свою трудову діяльність і якими мотивами вона керується, залежить її ставлення до роботи. Тому вивчення, розуміння внутрішніх механізмів мотивації праці дає змогу виробити ефективну політику в галузі праці і трудових відносин, створити «режим найбільшого сприяння» для тих, хто дійсно прагне продуктивної праці.

На сьогоднішній день накопичений значний досвід вивчення змісту мотивації трудової діяльності, потреб, інтересів людини як основи мотивації, сутності і структури мотиваційного механізму праці і його перетворення в умовах ринкового господарювання. Особливої уваги заслуговують праці таких вітчизняних вчених та науковців як Безматерних В., Богині Д., Бочарової Н., Іванової С., Колота А., Крушельницької О., Семикіної М., Сосніна А., Тимошенка І., Червінської Л. та ін. Однак недостатньо дослідженими є питання оцінки мотиваційного потенціалу працівників, методик визначення та аналізу мотиваційних факторів, моделей поведінки працівників, здійснення максимально ефективної мотивації працівників.

Для досягнення цілей організації і особистих цілей працівника необхідна мотивація, яка являє собою сукупність зовнішніх і внутрішніх рушійних сил, що спонукають людину до діяльності, визначають поведінку, форми діяльності, надають цій діяльності спрямованості.

На сьогоднішній день пропонується для підприємств та організацій чимало експрес-діагностик стану мотивації та створення системи мотивації, які базуються на узагальненому підході, тобто впровадження заходів з мотивації направлені на всіх працівників однаково. Це пов'язано з тим, що орієнтація на особистість ще не стала вирішальною рисою нашого суспільства.

Тому, для прийняття вірних рішень стосовно методів мотивації, направлених на працівників необхідно мати мотиваційний портрет або мотиваційний профіль працівника, який складається із сукупності зовнішніх і внутрішніх мотиваційних факторів — мотиваторів.

Для більшості людей характерна мотивація, основана на декількох мотиваторах, які певним чином співвідносяться один з одним. При вивченні та аналізі мотиваторів працівника необхідно приймати до уваги не якийсь один із факторів, а їх послідовність і пріоритетність.

Зокрема в ході дослідження встановилось, що для працівників підприємств в Україні є наступні мотиваційні фактори: високий заробіток, цікава та корисна робота, структурування роботи, визнання, хороші умови праці. Визначальне місце матеріального фактору обумовлене зниженням рівня заробітної плати, загальною нестабільністю становища робітників. В умовах світової фінансової кризи та надто низького рівня життя в Україні матеріальні стимули є лише складовою загальної зацікавленості в ефективній праці. Високе значення фактору цікавої та корисної роботи дає поштовх для пошуку шляхів задоволення потреби у відчутті мати суспільно корисну роботу. Цілком зрозумілою є потреба в структурованій роботі, що знову ж таки свідчить про складнощі роботи в умовах кризи. Керівник, менеджер персоналу повинен проявити неабияку кмітливість для зменшення впливу наслідків даної кризи і забезпечення основних потреб працюючих.

Однак, для побудови дієвої системи мотивації трудової діяльності не достатньо узагальненого аналізу мотиваційних факторів працівників. Тому необхідно враховувати індивідуальний базисний набір потреб кожного працівника, гендерні відмінності, вікову диференціацію.

Проведений аналіз показує, що для жінок не менш важливими є матеріальний аспект та потреби у цікавій та корисній роботі, однак необхідність визнання вказує на важливість як змісту праці так і визнання оточуючих. Можливо, потреба у визнанні зумовлена тими обставинами, що на даних досліджуваних підприємствах працює більший відсоток чоловіків (18,6% працівників — жінок, 81,4% — працівників — чоловіків), а це породжує помітний гендерний дисбаланс.

Проведене дослідження вказує на різноманітність потреб персоналу, тому розроблення заходів для здійснення ефективної мотивації трудової діяльності повинно ґрунтуватися на індивідуальному підході до виявлення мотиваційних факторів, з врахуванням гендерної відмінності, вікової диференціації, рівня соціальної зрілості, стажу роботи, характеру праці, індивідуальних особливостей працівників тощо. Однак, враховуючи зміни мотиваційних профілів персоналу під впливом певного рівня задоволеності потреб, нестабільності соціально-економічних, політичних процесів, слід регулярно та комплексно застосовувати наступні методи оцінки мотивуючих факторів: спостереження, тести, опитувальники, мотиваційна бесіда, мотиваційний семінар. Залишається нез'ясованими питання можливостей коректування, змін мотиваційного профілю працівника з метою допомоги працівнику більш ефективно виконувати свої обов'язки, з одного боку, і отримувати більше задоволення від роботи на підприємстві, з іншого; порядку організації системи постійного спостереження і контролю стану мотивації трудової діяльності з метою його оперативної діагностики й оцінки в динаміці, прийняття кваліфікованих рішень в інтересах підвищення ефективності виробництва.

С.В.Нестерова, к.е.н., доцент, Мукачівський державний університет,
Мукачево

В.В.Сідун, магістрант, Мукачівський державний університет, Мукачево

ОСОБЛИВОСТІ ОЦІНКИ КРЕДИТОСПРОМОЖНОСТІ ПОЗИЧАЛЬНИКА

В останні роки діяльність комерційних банків опинилася в колі проблем неповернення кредитів, що в значній мірі обумовлено не тільки економічною нестабільністю в країні, але й недосконалістю методичних підходів, недостатнім науково-теоретичним обґрунтуванням оцінки кредитоспроможності позичальників.

Тому особливої актуальності набуває застосування правильної, економічно обґрунтованої оцінки кредитоспроможності позичальника. Від точності та достовірності цієї оцінки залежить ефективність здійснення конкретних кредитних угод, а також кредитна політика банківської установи в цілому.

Проблематиці банківського кредитування присвячено чимало праць вітчизняних економістів: Л. В. Кузнецової, О. Васюренко, А. Гальчинського, А. М. Мороза, М. Ф. Пудовкіна, М. І. Савлука та інших. Віддаючи належне науковим напрацюванням українських учених із цієї проблематики, слід зауважити, що існує потреба в її подальшому дослідженні, оскільки економічна теорія налічує багато методик оцінки кредитоспроможності позичальників, однак не розроблено єдиної загальноприйнятої науково-обґрунтованої методики.

При наданні кредитів будь-який банк стикається з необхідністю оцінки кредитоспроможності позичальників. Ця процедура є обов'язковою, і її результати істотно впливають як на результати конкретних кредитних угод, так і на ефективність кредитної діяльності банку в цілому. Для позичальника оцінка кредитоспроможності також важлива, оскільки від її результату залежить, в якому обсязі буде наданий кредит і чи буде він наданий взагалі.

Результатом систематично невірної здійснюваної оцінки кредитоспроможності позичальників може служити погіршення якості кредитного портфеля банку, яке тягне за собою ще й необхідність зайвого резервування. Рішенням проблеми є розробка і використання обґрунтованої методики, що дозволить банку найбільш реально оцінювати кредитоспроможність позичальників. Згідно Постанови НБУ "Про кредитування" кредитоспроможність – це здатність позичальника в повному обсязі і у визначений кредитною угодою термін розрахуватися за своїми борговими зобов'язаннями.

Комерційними банками різних країн на сьогодні випробувано багато систем оцінки кредитоспроможності позичальників. Ці системи відрізняються одна від одної кількістю показників, що застосовуються як складові частини

загального рейтингу позичальника, а також різними методиками складання характеристик та визначення їх пріоритетності. Але механічне перенесення зарубіжного досвіду проведення фінансового аналізу в багатьох випадках, з нашого погляду малоефективне, тому що не береться до уваги специфіка наших підприємств.

Національний банк України в “Положенні про порядок формування та використання резерву для відшкодування можливих втрат за кредитними операціями банків” розробив методику аналізу фінансового стану позичальника, яка має враховуватися банками обов’язково. Однак наведені в Положенні вимоги є мінімально необхідними, і кожен банк може розробити власний підхід з урахуванням своєї специфіки, основних положень кредитної політики та конкретних економічних умов.

Серед найбільш широко використовуваних методів оцінки кредитоспроможності виділяють наступні: методи коефіцієнтного аналізу, статистичні й експертні методи.

На нашу думку, для здійснення якісної оцінки кредитоспроможності доцільно використати також аналіз зовнішнього середовища за таких напрямків, як галузевий і конкурентний аналіз. За допомогою цього аналізу можливо визначити рівень кредитного ризику операції при розгляданні запропонованого до кредитування заходу.

Однак, серйозною проблемою залишається вироблення кількісних нормативів для порівняння. На практиці реально існує розкид значень, обумовлений галузевою приналежністю, а приведені в економічній літературі бажані значення фінансових коефіцієнтів (фінансової стійкості, ліквідності і т.д.) не враховують галузевих особливостей і специфіки діяльності підприємств. Без вироблення кількісних нормативів результати такого аналізу на сучасному етапі можуть дати кредиторів лише оцінку загальної тенденції розвитку потенційного позичальника, засновану на динаміці ряду фінансових показників.

Отже, результатом аналізу кредитоспроможності позичальника має бути визначення класу кредитоспроможності. Сьогодні реальна оцінка фінансового стану підприємства неможлива, у зв’язку з відсутністю єдиної нормативної бази тому що немає порівнянних показників: середньогалузевих, мінімально допустимих і найкращих для конкретної галузі. У розвинутих країнах існують рейтинги фінансового стану, надійності й кредитоспроможності фірм, що періодично публікуються і дають кредиторів можливість правильно оцінити свій ризик при видачі кредиту. Фінансові показники, покладені в основу методики оцінки кредитоспроможності, повинні давати комплексну характеристику фінансового стану підприємства, однак, слід пам’ятати, що використання надлишкової кількості коефіцієнтів призведе до втрати часу, що, в свою чергу, знизить оперативність оцінки кредитоспроможності, яка є критерієм її ефективності.

П.Г.Перерва, доктор економічних наук, декан, НТУ «ХПІ», Харків
Т.О.Кобєлева, аспірант, НТУ «ХПІ», Харків
Н.П.Ткачова, аспірант, НТУ «ХПІ», Харків

ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ ТА КОН'ЮНКТУРИ РИНКУ НА ЗАСАДАХ БЕНЧМАРКІНГУ

Авторами доведено переваги бенчмаркінгу перед іншими методами і підходами до формування конкурентних переваг та кон'юнктури ринку машинобудівного підприємства. Проведення бенчмаркінгу конкурентних переваг та кон'юнктури ринку підприємства, по перше, дозволяє підвищити рівень *конкурентоспроможності* даного підприємства; по-друге, надає можливість отримання додаткового *синергетичного* ефекту за рахунок спільної дії різних конкурентних переваг (як наявних, так і набутих, завдяки процесу бенчмаркінгу). Виходячи з цього, пропонуємо ввести в науковий оборот нову концепцію бенчмаркінгу – **конкурентно-синергетичний бенчмаркінг**, використання якого передбачає наявність можливостей по формуванню конкурентних переваг машинобудівного підприємства, що, на нашу думку, передбачає наявність синергетичного ефекту (рис.1).

Виходячи з викладених положень пропонується перед проведенням бенчмаркінгу здійснювати моніторинг потенційних переваг і можливостей підприємства по практичній реалізації результатів конкурентно-синергетичного бенчмаркінгу. Проведення і оцінку результатів моніторингу пропонується звести до таких етапів.

Етап 1. Визначається і обґрунтовується підприємство-конкурент, потенційний партнер по бенчмаркінгу, результати діяльності якого є цікавими з точки зору конкурентних переваг для даного підприємства.

Етап 2. Досліджуються і аналізуються з використанням відкритої ринкової інформації найбільш суттєві конкурентні переваги потенційного бенчмаркінг-партнера, що формують його ринкову позицію та конкурентний статус.

Етап 3. Будується матриця рангів та можливостей підприємства «Переваги» - «Можливості», яка відтворює важливість (ранг) та значення окремих можливостей даного підприємства, необхідних для формування нових конкурентних можливостей, запозичених у потенційного бенчмаркінг-партнера.

Етап 4. Аналітичним шляхом визначається міра готовності даного підприємства до проведення конкурентно-синергетичного бенчмаркінгу на конкуруючому підприємстві (бенчмаркінг-партнера). Після цього формується і обґрунтовується шкала цінності міри готовності підприємства до проведення бенчмаркінгу з вибраним бенчмаркінг-партнером.

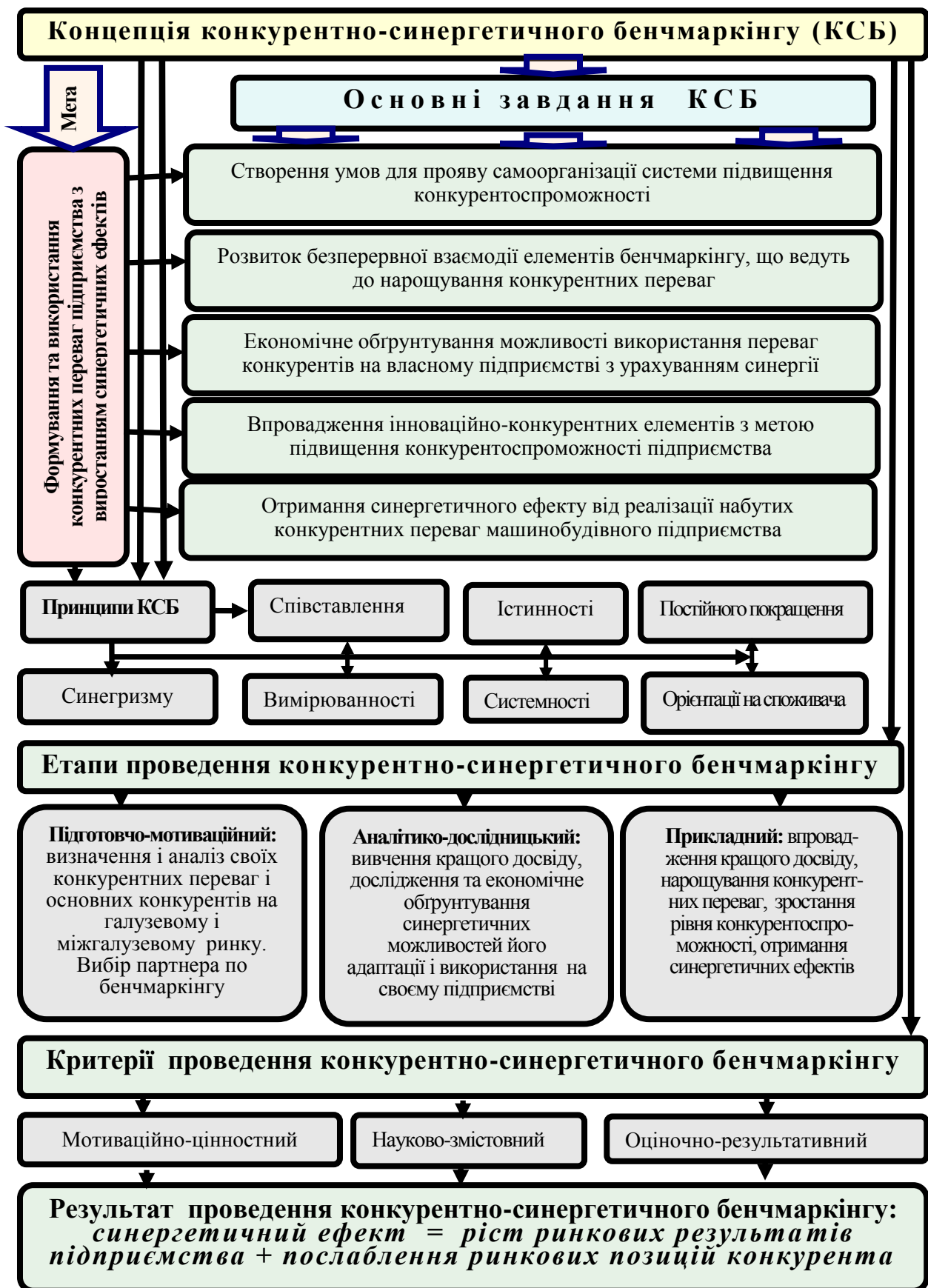


Рис. 1- Концептуальна модель конкурентно-синергетичного бенчмаркінгу для формування конкурентних переваг та кон'юнктури ринку машинобудівного підприємства

На наш погляд, такого роду шкала оцінки може мати різні градації в залежності від багатьох факторів. Ми пропонуємо ввести три градації шкали оцінки готовності підприємства до проведення бенчмаркінгу в залежності від рівня конкуренції: низький, середній і високий рівень конкуренції.

Кінцевим продуктом процесу проведення конкурентно-синергетичного бенчмаркінгу є прагнення підприємства досягнути *ефекту синергії*. Вдале поєднання та застосування переваг окремих виробників дозволяє значно збільшувати об'єми продажів, що свідчить про отримання синергетичного ефекту, коли одночасне застосування прогресивного досвіду різних підприємств дає змогу отримати більший економічний ефект, ніж за окремого їх використання.

Розроблені методичні рекомендації до обчислення синергетичного ефекту є досить нескладними для практичного застосування і можуть бути використані для попередньої оцінки ефективності проведення конкурентно-синергетичного бенчмаркінгу з метою відбору найбільш ефективних бенчмаркінг-партнерів.

УДК 65

Т.В.Пулина, к.э.н., доцент, докторант, Национальный университет пищевых технологий, Киев

ПРОГНОЗИРОВАНИЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ РАБОТЫ ПРЕДПРИЯТИЙ КЛАСТЕРА НА ОСНОВЕ ПОКАЗАТЕЛЕЙ ИХ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Рассмотрим задачу прогнозирования эффективности деятельности предприятия с указанием сильных и слабых сторон каждого показателя по их влиянию на величину значения целевой функции.

Целевая функция - математический аналог совокупности исследуемых реальных показателей качества.

Данная задача прогнозирования показателей эффективности деятельности предприятия в свою очередь делится на две подзадачи:

1.1 Определяется степень важности каждого исследуемого показателя на суммарное значение всех показателей.

1.2 На основе анализа предыдущих лет строится кусочно-линейная функция по анализу предыдущих лет деятельности предприятия.

Рассмотрим с помощью рис. 1 один из способов определения степени принадлежности каждого из полученных параметров степени важности показателя к условно разбитой интервальной плоскости на пять условных значений.

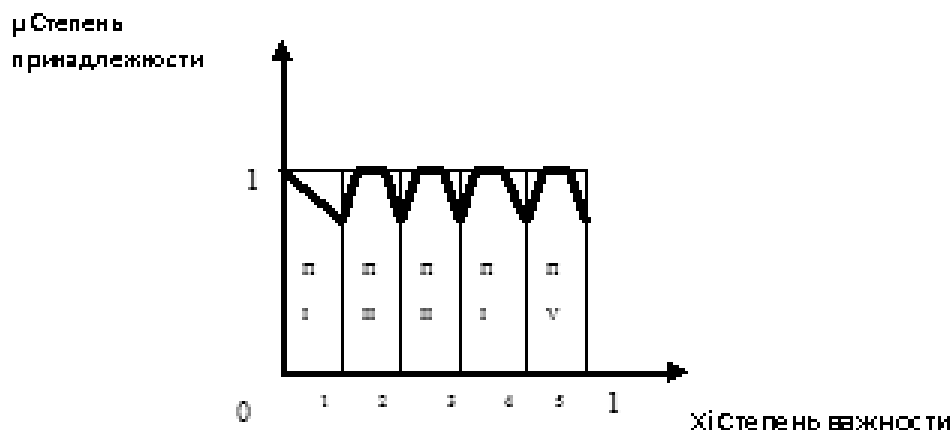


Рис. 1- Определение степени принадлежности каждого из полученных параметров степени важности показателя

Степень принадлежности μ является функцией степени важности $f(x_{i_j})$ и определяет ассиметрию A_s .

Ассиметрия A_s является показателем который характеризует смещение области наиболее эффективных показателей работы предприятия (смещения) относительно среднего показателя эффективности.

$$A_s = \frac{M_3}{\sigma^3}; \quad (1)$$

где:

M_3 - центральный момент третьего порядка, определяется с помощью формулы (2).

$$M_3 = m_3 - 3m_1 * m_2 + 2m_1^3; \quad (2)$$

m_1 - математическое ожидание распределенного параметра;

m_2 - математическое ожидание распределенного параметра квадрата;

m_3 - математическое ожидание распределенного параметра куба.

Математическое ожидание распределенного параметра m_1 находится с помощью формулы (3)

$$m_1 = \sum_{i=1}^n P_i x_i; \quad (3)$$

где:

P_i - частота параметра x_i . P_i определяется с помощью формулы (4)

$$P_i = \frac{K_{x_i}}{\sum_{i=1}^n K_{x_i}}; \quad (4)$$

где:

K_{x_i} - количество параметров x_i ;

$\sum K_{x_i}$ - полная совокупность параметров.

Математическое ожидание распределенного параметра квадрата m_2

определяется с помощью формулы (4)

$$m_2 = \sum_{i=1}^n P_i x_i^2; \quad (4)$$

Математическое ожидание распределенного параметра куба m_3 определяется с помощью формулы (5)

$$m_3 = \sum_{i=1}^n P_i x_i^3; \quad (5)$$

где:

P_i - частота параметра x_i . P_i определяется с помощью формулы (6)

$$P_i = \frac{K_{x_i}}{\sum_{i=1}^n K_{x_i}}; \quad (6)$$

K_{x_i} - количество параметров x_i , определяется с помощью формулы (7)

$$K_{x_i} = \sum_{j=1}^5 \eta_{x_i} \in \Pi_j; \quad (7)$$

где:

μ_{x_i} - степень принадлежности области;

Π_j - интервал полигона распределения параметров;

σ - среднее квадратичное отклонение распределенного параметра относительно математического ожидания m_1 , определяется с помощью формулы (8)

$$\sigma = \sqrt{D} = \sqrt{m_2 - m_1^2}; \quad (8)$$

где:

D – дисперсия x_i , определяется с помощью формулы (9)

$$D = \sqrt{m_2 - m_1^2} \quad (9)$$

Первая интервальная плоскость (ΠI) на рис. 1 определяет значение параметра который мы условно назовем z_1 - очень плохой параметр.

Вторая интервальная плоскость (ΠII) соответствует параметру с плохим значением показателя z_2 .

Третья интервальная плоскость (ΠIII) определяет значение параметра z_3 который мы условно назовем - среднее значение показателя.

Следующие интервальные плоскости, четвертая $z_4(I)$ интервальная плоскость (ΠIV) и выше z_5 (ΠV) пятая интервальная плоскость, соответствуют хорошему и отличному значению показателя, что в статистических расчетах называют «абсолютно коррелируемая пара величин». В данной паре величин первый параметр собственно и есть сам показатель, а второй параметр является обобщенной целевой функцией.

Проведем определение границ каждой интервальной плоскости методом интервальной математики. Для этого рассмотрим каждый параметр с точки зрения влияния на выходную характеристику модели и определим каким является значения данного параметра положительным (+) или отрицательным (-).

Таким образом формализация показателя качества следует рассматривать как моделирование конструкции целевой функции. Высшее значение целевой

функции для конкретного предприятия определяется по данным финансово-экономической деятельности за рассматриваемый временной период с помощью анализа временных рядов.

УДК: 621.330.323

П.М.Рибалка, аспірант Дніпропетровського університету імені Альфреда Нобеля, Дніпропетровськ

ВИЗНАЧЕННЯ ОПТИМАЛЬНИХ ПОЛОЖЕНЬ ПІДПРИЄМСТВА ЗА ЖИТТЄВИМ ЦИКЛОМ НА ОСНОВІ МАТРИЦІ BCG

У зв'язку зі світовою економічною кризою питання формування стратегії стає ще більш актуальним, так як багато ринків скорочуються в обсягах. Усім підприємствам необхідно переглядати стратегічні плани, коригувати стратегію не залежно від їх рівня розвитку і етапу життєвого циклу.

Ми прийшли до висновків, що на різних етапах життєвого циклу підприємства стикаються з обмеженнями можливостей використовувати ту або іншу стратегію. Використовуючи матрицю BCG ми визначимо можливі та рекомендовані положення щодо координат розглянутій матриці одного з ведучих підприємств вітчизняної галузі машинобудування ХК «АвтоКрАЗ» і в залежності від положення підприємства зможемо дати рекомендації для формування його стратегії.

Для визначення позиції підприємства на матриці BCG нам потрібно обчислити відносну частку ринку відносно лідера галузі і розрахувати темп зростання ринку, на якому працює підприємство - ринок тяжких автомобілів вантажності більше 16 тонн відносно темпу зростання ВВП країни. Для отримання більш детальної інформації проаналізуємо динаміку ринку за 2010 і 2011 роки. У 2009 року в Україні було продано 2311 нових тяжких автомобілів повною масою більше 16 тонн, у 2010 у порівнянні з 2009 роком падіння ринку склало 15,7% - було продано 1948 автомобіль. У 2011 році було продано 2350 нових автомобілів, зростання ринку склало 20,6%. Якщо ми проаналізуємо динаміку за два роки, ми виявимо, що зростання ринку у 2011 році у відношенні до 2009 року склало 1,7%. Ми пропонуємо у якості показника темпу зростання ринку тяжких автомобілів вантажності більше 16 тонн використовувати саме 1,7%, тому що ця цифра дає оцінку стану галузі в динаміці. Цей показник менше темпу росту ВВП нашої країни, таким чином темп зростання ринку був низьким. Розрахуємо показник для матриці BCG:

$$\text{Темп зростання ринку відносно темпу зростання ВВП} = \frac{1,7\%}{5,2\%} = 0,33$$

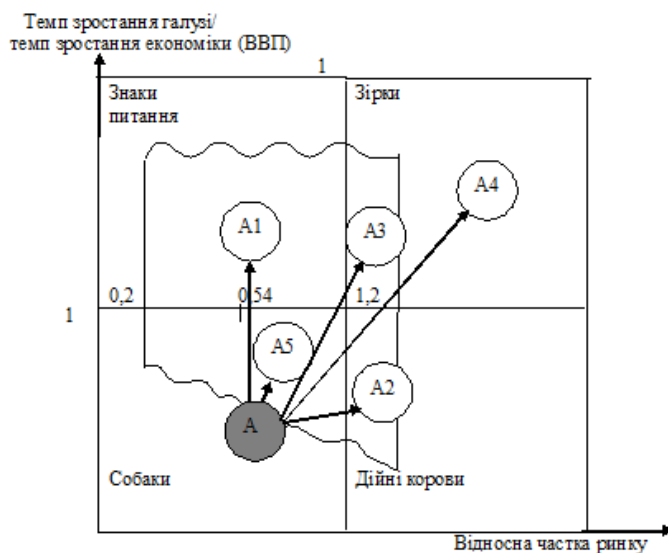
Таблиця 1.1- Темпи зростання ВВП, машинобудівної галузі і ринку тяжких автомобілів

Найменування галузі	Темп росту в 2010 році, %	Темп росту в 2011 році, %	Темп росту галузі в порівнянні із ВВП
Валовий внутрішній продукт	4,2	5,2	
Ринок тяжких автомобілів, вантажності понад 16 т	-15,7	20,6	Низький

Крім того потрібно обчислити відносну частку ринку ХК «АвтоКрАЗ» відносно лідера. За результатами 2011 року лідером ринку тяжких автомобілів вантажністю більше 16 тонн був російський автовиробник «КамАЗ» з часткою ринку 33,7%. Частка ринку «КрАЗ» склала 17%, що дозволяє нам розрахувати відносну частку ринку для матриці BCG:

$$\text{Відносна частка ринку «КрАЗ»} = \frac{17\%}{33,7\%} = 0,54$$

Відповідно до розрахованих даних ми нанесли (рис. 1.1) позицію ХК «АвтоКрАЗ» на матрицю BCG, позначивши точкою А, та співвіднесли з зоною можливого існування підприємства. ХК «АвтоКрАЗ» потрапило в квадрант «Собаки», в зв'язку з низьким темпом зростання галузі та досить низькою відносною часткою ринку відносно лідера галузі і знаходиться на межі зони можливого існування підприємства. У відповідності до наших досліджень наші рекомендації керівництву підприємства будуть полягати в переоцінці стану підприємства і його положенню в галузі, а також в вивченні основних конкурентів за темпами зростання ринку. При подальшому падінні темпу зростання галузі, підприємство опиниться поза зоною можливого існування і на межі виживання.



Точка А – поточне розташування ХК «АвтоКрАЗ» на матриці BCG
Точки А1, А2, А3, А4, А5 – можливі положення ХК «АвтоКрАЗ»

Рис. 1.1- Положення ХК «АвтоКрАЗ» на матриці BCG

Розглянемо можливі положення підприємства «АвтоКрАЗ». Найбільш перспективними положеннями для підприємства будуть А3 і А4 у квадранті «Зірки». Це може відбутися при збільшенні темпу зростання галузі, що перевищує темп зростання ВВП та при збільшенні ринкової долі з відносною часткою ринку вище одиниці. Перехід ХК «АвтоКрАЗ» до положення А3 або А4 означає, що воно стало лідером ринку і його частка ринку значно більше частки ринку конкурентів.

Таким чином, ми визначили фактичне положення ХК «АвтоКрАЗ» на ринку, можливі варіанти розвитку в залежності від зміни темпів зростання ринку і розробили межі існування підприємства, що базуються на законі Парето.

УДК 330.341.1

І.М.Руднєва, доцент Харківського соціально-економічного інституту
Ізвекова О.В., Харків

ІНВЕСТИЦІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ В УКРАЇНІ ТА ЇЇ ВПЛИВ НА ПРОЦЕС РЕСТРУКТУРИЗАЦІЇ ТА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ

В умовах ринкових відносин, коли підприємства придбали свою економічну самостійність, виникла проблема пошуку ефективних методів управління його інноваційною діяльністю. Діагностика інноваційної діяльності підприємства базується на двох базових підходах: комплексному і системному. Методологічна основа включає сукупність підходів: кількісний, якісний, редукційний, поведінковий, адміністративний, маркетинговий, відтворювальний, нормативний, функціональний, наочний, процесний, інтеграційний, історичний, соціальний, динамічний і ситуаційний. Кожен підхід може бути представлений сукупністю методів, а кожен метод конкретизується методиками його реалізації в різних ситуаціях і умовах.

Причинами відставання нашої країни у формуванні інноваційного шляху розвитку економіки є відсутність ефективної системи управління інноваційними процесами на макро-, мезо- та макрорівнях, недосконалість державної політики підтримки інновацій, неефективність існуючих інститутів інноваційного розвитку, відсутність стимулювання інновацій на рівні окремих суб'єктів господарювання тощо. Таким чином, поряд із системними прорахунками у державній інноваційній політиці існують проблеми у мотивації інноваційного розвитку на рівні окремого підприємства. Передумовою підвищення інноваційної активності промислових підприємств є, безумовно, загальна інноваційна орієнтація економіки, її реструктуризація, створення на макрорівні інноваційно-інвестиційного механізму прискореного залучення інвестицій у провідні галузі з метою модернізації виробництва.

В сучасних умовах господарювання визначальну роль в процесі забезпечення конкурентоспроможності (КС) промислових підприємств та при розробці їх конкурентної стратегії набувають ні чинники зовнішнього середовища, а інтелектуальний капітал (унікальні організаційні знання, інновації на всіх стадіях господарювання). При цьому ефективним способом забезпечення КС промислового підприємства стає його здатність мобілізувати та повною мірою використовувати свої внутрішні умови, які представляють собою сукупність взаємозалежних ресурсів, бізнес-процесів і конкурентних компетенцій, спрямованих на створення набору властивостей продукції, що визначають її корисність для споживачів. Саме внутрішні умови підприємства (сукупність виробничо-технологічних, фінансово-економічних, організаційно-технічних, соціокультурних та інших умов, що вивчаються при оцінці потенційних можливостей або конкурентоспроможного потенціалу) разом із зовнішніми умовами (економічними, політико-правовими, соціокультурними, технологічними й іншими) визначають набір наявних ресурсів підприємства, а також форму та зміст його бізнес-процесів, у результаті яких виробляється конкурентоспроможна продукція. При цьому під бізнес-процесами підприємства варто розуміти сукупність процедур щодо організації та управління ефективного процесу господарювання в результаті, якого із залученням необхідних ресурсів виробляється продукція, реалізація якої, з однієї сторони повинна забезпечити досягнення підприємству головної мети - одержання максимального прибутку досягнення стабільного фінансового становища, стійкої конкурентної позиції на ринку), з іншого боку - максимальне задоволення потреб (запитів) споживачів.

Проведені дослідження стану та тенденцій розвитку промисловості нашої країни показали, що упродовж останніх декількох років істотно збільшилась кількість суб'єктів господарювання, які перебувають у кризовому стані та знаходяться на межі юридичного банкрутства. Як показує практика країн з високим рівнем економічного розвитку, одним із способів подолання такої тенденції є реструктуризація підприємств.

Сучасні умови господарювання відрізняються поступовим подорожчанням ресурсів, посиленням конкурентної боротьби, збільшенням та поглибленням кризових явищ, тощо. Це поставило перед вітчизняними виробниками непросте завдання значного збільшення наукомісткості виробництва з одного боку, та скорочення витрат - з іншого. Зрозуміло, що це завдання вже містить в собі значне протиріччя, бо наукові розробки завжди вимагали інвестування вагомих коштів в свій розвиток та впровадження. Вітчизняні ж виробники на даний момент в більшості знаходяться на грані банкрутства або отримують мінімальні прибутки. Це не дозволяє їм не замовляти, але й купувати готові наукові розробки, тому увага, на нашу думку, повинна бути сконцентрована на інноваційній політиці.

Все це дозволить створити постійну політику розробки та впровадження новачків них розробок на вітчизняних підприємствах, забезпечуючи прибутковість їх діяльності та підвищення конкурентоздатності.

Враховуючи значення інвестиційної діяльності для народного господарства України, необхідно створити на державному та регіональному рівні фінансовий механізм підтримки та стимулювання інноваційного бізнесу.

УДК 339.137.2

С.А.Симаковский, аспирант, Таврический национальный университет им. В.И. Вернадского, Симферополь.

ИСТОЧНИКИ ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ЭКОНОМИКИ НА МИКРОУРОВНЕ

В условиях острой конкурентной борьбы проблема повышения конкурентоспособности занимает центральное место в экономической политике страны, и касается всех уровней ее иерархии, но особую важность приобретает конкурентоспособность предприятия - основного звена экономики государства.

По мнению Сергеева И.В. под конкурентоспособностью предприятия понимается способность предприятия производить конкурентоспособную продукцию за счет его умения эффективно использовать финансовый, производственный и трудовой потенциал[1, с. 66].

Мескон М.Х. даёт следующее понятие конкурентоспособности предприятия - это относительная характеристика, которая выражает зависимость развития данной фирмы от степени удовлетворения своими товарами потребностей людей[2, с. 426].

Коно Т. определяет конкурентоспособность предприятия как совокупность следующих характеристик: захваченная предприятием доля рынка; способность предприятия к производству, сбыту и развитию; способность высшего звена руководства к достижению поставленной цели[3, с. 14].

Конкурентоспособность предприятия показывает уровень развития данной фирмы в сравнении с уровнем развития конкурентных фирм по степени удовлетворения своими товарами потребности клиентов и по эффективности производственной деятельности.

Повышение конкурентоспособности предприятия достигается путем ориентации предприятия на потребителя, улучшения качества продукции, внедрения инновационной политики, более качественного использования ресурсов, в том числе человеческих, улучшения условий труда и ряда других факторов. Особое внимание необходимо уделить человеческим ресурсам как ключевому элементу продуктивности и конкурентоспособности.

Безусловно, существуют общие методы повышения конкурентоспособности предприятия, однако пути повышения конкурентоспособности каждой конкретной фирмы должны рассматриваться исходя из сферы ее деятельности, вида предприятия, организационной структуры и других факторов. Высокая конкурентоспособность предприятия

обусловливается удовлетворенностью и готовностью потребителей повторно приобрести продукцию этой фирмы, отсутствием претензий к предприятию со стороны общества, акционеров, партнеров, престижностью работы на данном предприятии.

Конкурентоспособность предприятия, будучи многогранным понятием, не только включает качественные и ценовые параметры промышленной продукции, но зависит от уровня менеджмента, сложившейся системы управления финансовыми потоками, инвестиционной и инновационной составляющими его деятельности. Кроме того, на конкурентоспособность оказывает влияние конъюнктура, складывающаяся на том или ином рынке, степень конкуренции, испытываемая предприятием со стороны других участников рынка, техническая оснащенность, степень внедрения инноваций, мотивация и квалификация персонала, финансовая устойчивость.

Конкурентоспособность предприятия выражается способностью предприятия бороться за рынок (увеличивать либо сохранять занимаемую долю рынка в зависимости от стратегии предприятия). Это достигается на основе внедрения инновационной техники и технологии (дающей экологический, социальный и экономический эффект), максимально эффективного использования ресурсов предприятия, достижения высокого уровня инвестиционной привлекательности, выпуска конкурентоспособной продукции.

Работа предприятия не сводится только к удовлетворению сегодняшних запросов потребителей, а должна вестись на опережение и удовлетворение их будущих потребностей. В современных условиях, в острой конкурентной борьбе, главным фактором успеха предприятия становится повышение его конкурентоспособности.

Список использованной литературы: 1. Сергеев И.В. Экономика предприятия. Учебное пособие / И.В. Сергеев. – М.: Финансы и статистика, 2008. – 304 с. 2. Мескон М.Х., Альберт М., Хедоури Ф. Основы менеджмента / М.Х. Мескон, М. Альберт, Ф. Хедоури. – изд. Вильямс, 2009. – 672 с. 3. Миронов М.Г. Ваша конкурентоспособность / М.Г. Миронов. – М.: Альфа-пресс, 2004. – 160 с.

УДК 658.009.12

П. С.Смоленюк, к.е.н., професор, ПВНЗ «Хмельницький економічний університет», Хмельницьк

КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ВІТЧИЗНЯНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Сьогодні процес глобалізації для України є неминучим. Україна вступила до Світової організації торгівлі (СОТ), де діють закони виживання найсильнішого та найбільш конкурентного виробника. У цих умовах програють

вітчизняні виробники, адже іноземні підприємства, що все більше виходять на український ринок, є технологічно сильнішими та конкурентоспроможнішими.

За таких умов необхідне визначення обґрунтованих шляхів підвищення конкурентоспроможності вітчизняних підприємств з метою їх інноваційного розвитку, що дасть їм змогу вдосконалитися та стати більш інвестиційно-привабливими і, як наслідок, конкурувати з іноземними фірмами. Конкурентоспроможність, як чинник ефективного функціонування сучасної економіки, виступає однією з форм державного регулювання ринкових відносин.

Сьогодні слід зазначити, що вітчизняний ринок поступово заповнюють товари власного виробництва, витісняючи іноземних товаровиробників. За останні роки Україна має позитивний баланс щодо імпорту-експорту. Це свідчить про те, що якість товарів та їхня ціна стають більш конкурентоспроможними, відповідають вимогам сьогодення і завойовують зарубіжний ринок [1].

В Україні відсутня чітко сформована стратегія підвищення конкурентоспроможності, не створено економічне середовище, яке б сприяло ефективній конкуренції та давало б можливість підприємцям досягти успіху за однакових умов. Розробка та реалізація державної стратегії підвищення конкурентоспроможності вітчизняного виробництва потребує змістовних досліджень і розробки та впровадження практичних заходів.

Підвищення якості і конкурентоспроможності продукції нині має багатонаправлений вплив на економіку та імідж підприємства.

Про переваги конкурентоспроможного ринку перед ринком монополізованим державою свідчать факти економічного зростання в країнах Європейського Союзу. В Україні багато галузей залишаються монополізованими державою, а тому поширеною є практика зловживання монопольним становищем [2].

Заходи по підвищенню конкурентоспроможності вітчизняного виробництва слід зосередити в першу чергу на таких напрямках:

- узгодження конкурентної політики з вимогами законодавства та правовим полем загалом;
- оптимізація структури форм власності та формування прошарку дрібних та середніх власників;
- удосконалення регулювання діяльності суб'єктів монополій та створення сприятливого конкурентного середовища для всіх суб'єктів економічних відносин;
- вдосконалення податкового законодавства, активізації виробничої та інвестиційної діяльності, стимулювання процесів фінансово-промислової інтеграції;
- ефективне використання географічних та національних конкурентних переваг України, розробка державної стратегії підвищення конкурентоспроможності вітчизняного виробництва;

– створення державної обґрунтованої підтримки галузей і виробництв, які можуть підвищити свою конкурентоспроможність у середньостроковому періоді та мають перспективи економічного розвитку.

До останнього часу в Україні була відсутня чітка послідовна скоординована політика, яка б стимулювала виробників підвищувати якість продукції. Багато в чому це пояснюється тим, що на підприємствах України недостатньо кваліфікованих фахівців, які володіють необхідними знаннями у сфері управління якістю. Поряд з цим досвід окремих підприємств, які мають високі досягнення у сфері якості продукції, не поширюється через відсутність ефективної системи інформаційного забезпечення.

Система державно управління має бути побудованою за принципами відкритості і підзвітності, що унеможливить бюрократію та корупцію. Сьогодні інтереси держави переважають над правами громадян, не відбувається консолідація і взаємодія всіх суспільних секторів – державного, приватного і громадського, одночасно з розмежуванням економічної влади і влади політичної. Монополістичний тип української економіки, коли відбувається експлуатація держави певними фінансово-промисловими групами свідчить про слабкість державних інститутів.

У створенні та діяльності конкурентоспроможних підприємств повинна бути зацікавлена перш за все держава, адже це сприяє її безпосередньому економічному зростанню. Для цього необхідно розробити ефективну стратегію підвищення конкурентоспроможності вітчизняних підприємств. Ці заходи повинні охоплювати декілька сфер – вдосконалення законодавчої бази, підготовка кваліфікованого кадрів та забезпечення необхідною інформацією.

Література: 1. Манів З.О. Економіка підприємства / З.О. Манів, І.М. Луцький // Навчальний посібник. – К.: Знання, 2004. – с.409. 2. Макара О.В. Конкурентоспроможність економічного середовища в Україні. Порівняльний аналіз рейтингів окремих країн / О.В. Макара // Економіка і прогнозування. – 2007. - № 5.

УДК 640.432.009.12

С.С.Ткачова, кандидат економічних наук, доцент, Харківський державний університет харчування та торгівлі, Харків

КОНКУРЕНТНІ СИЛИ В РЕСТОРАННОМУ БІЗНЕСІ: СУТНІСТЬ ТА ОСОБЛИВОСТІ

Теоретичні аспекти моделі конкурентних сил галузі всебічно розглянуто у наукових працях багатьох закордонних та вітчизняних вчених. Переважна більшість науковців підтримують модель п'яти сил конкуренції М. Портера, в якій в якості елементів визначаються: конкуренція у галузі, постачальники, споживачі, потенційні конкуренти, товари-замінники. У декількох наукових підходах рекомендується доповнити елементи моделі М. Портера шостим

елементом – державою (державною політикою у сфері регулювання конкуренції [1, с. 51]; організаціями-регуляторами та партнерами [2, с. 93]; зацікавленими групами, до складу яких відносять уряд, законодавчі та регулюючі органи, будь-які комерційні та некомерційні організації [3]).

Складові елементи моделі конкурентних сил для ресторанного бізнесу обумовлюються особливостями продукту діяльності, який:

- носить комплексний, багатофункціональний характер, має спроможність задовольняти базові потреби; потреби в організації дозвілля; комунікативні потреби; потреби в освіті; потреби у підтвердженні статусу споживача;

- створює умови для коригування використання вільного часу споживача, структури витрат на харчування;

- має жорстку залежність асортименту та якості продукції, послуг від асортименту та якості сировини, товарів, матеріалів; залежність асортименту продукції власного виробництва від чинника сезонності виробництва та постачання сировини;

- має принципові відмінності від продуктів діяльності торговельних підприємств, підприємств харчової промисловості;

- контролюється державними органами влади (якість та умови виробництва продукції; якість та умови обслуговування; фінансова діяльність суб'єкту тощо).

Отже, враховуючи вищезазначене, можна зробити висновок, що на даному етапі розвитку ресторанного бізнесу в Україні є актуальною модель шести сил конкуренції: суперництво діючих у ресторанному бізнесі суб'єктів; залежність від постачальників; залежність від споживачів; загроза приходу нових конкурентів; загроза заміни товару та/або послуги; регулювання конкурентних відносин на ринку.

Зростанню конкурентних сил у ресторанному бізнесі сприяють такі важливі чинники, як: зростання конкуренції між діючими суб'єктами бізнесу, а також між постачальниками ресурсів; зростання попиту на ресторанний продукт; потенційна можливість появи нових конкурентів; потенційна можливість появи принципово нового продукту або продукту-замінника; посилення впливу держави у формуванні та регулюванні конкуренції.

Принципові особливості дії конкурентних сил у ресторанному бізнесі полягають у наступному:

- у комплексному ресторанному продукті поєднується продукція та послуги, що ускладнює процеси взаємодії суб'єктів бізнесу – виробників та споживачів, вимагає впровадження систем стандартизації, посиленого контролю за якістю тощо;

- у ресторанному бізнесі функціонують різні суб'єкти – від фізичних осіб – підприємців до сукупностей закладів – ресторанних мереж та груп. Однозначне визначення того, що масштаби бізнесу не є визначальними у конкуренції, на наш погляд, неможливе. У низці випадків малі форми господарювання є більш перспективними та успішними, такими, що швидко адаптуються до змін у конкурентному середовищі відповідно до нових тенденцій та закономірностей;

у теперішній час ресторани мережі та групи як представники великого бізнесу успішно демонструють переваги на ринку;

- формування конкурентної стратегії суб'єкту визначається характером регіону обслуговування, сегментом ресторанного ринку, стадією життєвого циклу суб'єкту, організаційною формою підприємницької діяльності тощо;

- роль іноземного капіталу у ресторанному бізнесі постійно зростає, але необхідно відмітити, що іноземні інвестиції поки ще є значними в тих регіонах, де найбільш розвинута ринкова, туристська інфраструктура, мешкають великі національні діаспори;

- задовольнити потреби споживача іншими технологіями та формами намагаються суб'єкти торговельного бізнесу, харчової промисловості, туристичного бізнесу та інших сфер гостинності. Так, міжгалузеві конкурентні сили можуть посилювати пропозицію та одночасно стимулювати зростання попиту у сфері ресторанного бізнесу;

- зростання конкуренції у ресторанному бізнесі відбувається завдяки законам ринкової економіки, але держава постійно намагається посилити вплив на функціонування та розвиток цієї сфери.

Отже, у науковій роботі визначено основні елементи моделі конкурентних сил та конкурентні сили ресторанного бізнесу, проаналізовано їх сутність та особливості. Результати дослідження планується використати під час дослідження моделі конкурентних сил суб'єкту ресторанного бізнесу як джерела конкурентних переваг.

Література: 1. Клименко, С. М. Управління конкурентоспроможністю підприємства [Текст] : навч. посіб. / С. М. Клименко, Т. В. Омеляненко, Д. О. Барабась, О. С. Дубцова, А. В. Вакуленко. – К.: КНЕУ, 2008. – 520 с. 2. Шершньова, З. Є. Стратегічне управління [Текст] : підруч. / З. Є. Шершньова. – К.: КНЕУ, 2004. – 699 с. 3. Модель конкурентных сил М. Портера [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <<http://marketolog.biz>>.

УДК 08.00.04

О.В.Чепіжко , здобувач, старший викладач, ПВНЗ «Харківський інститут економіки ринкових відносин та менеджменту», Харків

ФОРМУВАННЯ КОНЦЕПЦІЇ УПРАВЛІННЯ СТРАТЕГІЧНОЮ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА

На сучасному етапі розвитку економіки України основним стратегічним завданням реформування країни є формування моделі інноваційного розвитку держави на основі реалізації стратегії стійкого розвитку і підвищення конкурентоспроможності.

Формування вектора стратегічної конкурентоспроможності економіки країни ґрунтується на здатності окремих підприємств досягати загальної конкурентоспроможності в стратегічній перспективі шляхом реалізації всіх

доступних чинників розвитку в корпоративному і соціальному середовищі, а також шляхом ефективної адаптації суб'єкта господарювання до постійних змін зовнішнього середовища [4].

Загострення конкурентної боротьби визначає пошук нових, ефективніших підходів до управління конкурентоспроможності об'єктів господарювання на всіх її ієрархічних рівнях (країни, регіону, галузі, кластерів, підприємства).

Вирішення проблеми ефективного управління стратегічною конкурентоспроможністю підприємства вимагає розробки відповідної концепції, основними компонентами якої є політика управління підприємством, цілі і стратегія досягнення сукупності стратегічних цілей. Компоненти концепції управління стратегічної конкурентоспроможності тісно взаємозв'язані та є взаємно визначальними [1].

Політика управління стратегічною конкурентоспроможністю підприємства - це його основні перспективні напрями і цілі, які є підпорядкованими та складовими загальної офіційно сформульованої соціально-економічної політики регіону.

При розгляді політики управління стратегічною конкурентоспроможністю підприємства як елементу загальної системи управління підприємством необхідно відзначити її структурні складові:

- чітко сформульовані, взаємозв'язані стратегічні цілі і стратегія;
- чіткий розподіл функціональних обов'язків між структурними підрозділами підприємства, які забезпечують досягнення сформульованих цілей;
- інформаційна система для реалізації функцій стратегічного управління;
- комплекс інструментів стратегічного регулювання та впливу на конкурентне середовище підприємства.

Політика стратегічної конкурентоспроможності підприємства забезпечує основу для розробки і аналізу стратегічних цілей, які витікають з цілей його соціально-економічного розвитку і співвідносяться з цілями стійкого соціально-економічного розвитку області, регіону і країни в цілому.

В умовах реформування економіки України, переходу від індустріального до інноваційного суспільства, яке пов'язане з глобальним збільшенням кількості знань, потоків інформації, зміною основних чинників і джерел економічного зростання, вибір і реалізація оптимальної стратегії представляється єдиним способом формального прогнозування вирішень проблем конкурентоспроможності підприємства [2].

Вибір стратегії управління стратегічною конкурентоспроможністю підприємства на основі системного підходу – це створення основних конкурентних переваг, вибір таких видів діяльності, які лежатимуть в основі успіху його стійкого стратегічного розвитку. Системний підхід до рішення цієї задачі передбачає необхідність формування відповідної системи, як інструменту реалізації вибраної стратегії.

Таким чином, управління підвищенням стратегічної конкурентоспроможності підприємства як системи вимагає вирішення наступних основних завдань:

- створення концептуальної моделі системи ефективного управління стратегічною конкурентоспроможністю підприємства;
- вибір і прогнозування індикаторів досягнення стратегічної конкурентоспроможності;
- формування прогностичного рівня стратегічної конкурентоспроможності підприємства і конкурентного потенціалу.

Реалізація стратегічних перспектив досягнення головної мети підприємства обумовлює необхідність створення системи управління стратегічною конкурентоспроможністю підприємства.

Література: 1. Денисова А.Л., Уляхин Т.М. Управление конкурентоспособностью промышленного предприятия: аспекты качества: Монография. - Тамбов: Издательство ТГТУ, 2006. 120 с. 2. Социально – экономический потенциал устойчивого развития: / Под ред. проф. Л.Г. Мельника (Украина) и проф. Л.Хенса (Бельгия). – Сумы: ИТД «Университетская книга», 2007. – 1120 с. 3. Павлова В.А. Конкурентоспроможність підприємства: оцінка та стратегія забезпечення: [монографія] / Павлова В.А. – Д.: Вид-во ДУЕП, 2006. – 276 с. 4. Такамацу К. Методи управління конкурентоспроможністю японських виробників: Монографія. – К.: Бліц – Інформ, 2004. 5. Фатхутдинов, Р.А. Стратегическая конкурентоспособность : учебник / Р.А. Фатхутдинов. – М.: ЗАО Изд-во Экономика, 2005. – 504 с.

УДК 330.56.01

О. Ю.Яремчук, аспірантка, Львівський національний університет імені Івана Франка, м. Львів

ЕВОЛЮЦІЯ ТЕОРІЙ РОЗПОДІЛУ ДОХОДІВ

Постановка проблеми. Ефективне функціонування національного ринку праці – це визначальна умова справедливого розподілу доходів між власниками ресурсів, підтримання оптимального співвідношення між заробітною платою та прибутком, що є особливо актуальним для вітчизняної господарки. Сучасним поглядам на розподіл доходів передували глибокі дослідження цього питання вченими різних напрямів економічної думки. Однак сформовані ними теорії та концепції усе ще залишаються суперечливими та неоднозначними.

Постановка завдання. Різні аспекти розподілу доходів залишаються недостатньо дослідженими і в наш час, що зумовлює потребу у подальшому їх вивченні. Розв'язанню цього завдання має сприяти поглиблений аналіз сучасного стану теорії розподілу доходів та систематизація наших знань про еволюцію поглядів представників головних економічних шкіл на зміст цієї теорії.

Основні дослідження та публікації за темою статті. Для аналізу категорій заробітної плати та прибутку значний інтерес становлять праці В. Петті, А. Сміта, Д. Рікардо, Т. Мальтуса, Ж.-Б. Сея, Д. Мак-Куллоха, Н. Сеніора, Д. С. Мілля, К. Маркса, Л. Brentano, Й. Шумпетера, Д. Кейнса, Д. Робінсон, Ф. Найта, Ф. Гайєка, М. Фрідмена та ін.

Виклад основного матеріалу. Перші погляди на сутність заробітної плати та прибутку знаходимо в творах дослідників епохи меркантилізму. У цей період формувалися умови зародження ринку праці, пов'язані із виникненням нових економічних суб'єктів – капіталістів-власників та найманих працівників [2, с. 115]. В тогочасному суспільстві панувала думка про те, що низький рівень заробітної плати мотивує найманих працівників до праці, тоді як підвищення оплати праці зумовлюватиме зменшення її пропозиції та спричинятиме добровільне безробіття [5, с. 40].

Доцільність збереження оплати праці на рівні прожиткового мінімуму обґрунтовували такі представники класичної політичної економії, як Д. Мілля, Д. Мак-Куллох. Вони вважали, що існує наперед визначений фонд заробітної плати, який передбачає мінімальну оплату праці внаслідок надмірної пропозиції трудових ресурсів [2, с. 220, 261; 5, с. 98].

В. Петті, Д. Рікардо, Т. Мальтус, Д. Мілля, Ж.-Б. Сей пов'язували величину прибутку із розміром заробітної плати, тому зменшення прибутків підприємців, на їхню думку, може спричинятися зростанням доходів найманих працівників [2, с. 241; 4, с. 60, 93, 102; 5, с. 78]. Прибуток розглядався вченими класичної школи як результат пожертви капіталіста, який утримується від поточного використання свого особистого доходу з метою перетворення його на капітал [4, с. 108].

К. Маркс обґрунтовував експлуататорську природу прибутку та визначав його як додаткову вартість – різницю між новою вартістю, створеною робітниками і вартістю їхньої робочої сили [2, с. 334]. У подальшому, вчені почали характеризувати прибуток як дохід за інноваційну діяльність та підприємницькі здібності, винагороду за ризики ведення бізнесу в умовах невизначеності [1, с. 416 - 417].

Погляди на заробітну плату із плином часу зазнали змін. Л. Brentano та Д. Робінсон наголошували, що роботодавці повинні бути зацікавлені у високій заробітній платі працівників [4, с. 233; 5, с. 254]. Д. Кейнс переконував у доцільності підтримування політики стабільної заробітної плати, а Ф. Гайєк та М. Фрідмен уважали, що вона повинна визначатися кон'юнктурою ринку [1, с. 602; 3, с. 368; 4, с. 427].

Висновки. Питання розподілу доходів населення постійно перебуває в центрі дискусій вчених-економістів від зародження економічної науки до сьогодення. В сучасній економіці заробітна плата – це ціна праці, яку визначає взаємодія попиту та пропозиції на ринку праці і її рівень значною мірою характеризує ефективність роботи окремих фірм. З іншого боку, очевидним є те, що підприємці окрім одержання прибутку зацікавлені в інноваційному

розвитку економіки, вдосконаленні методів організації виробництва, а отже, у капіталізації значної частини їхніх прибутків.

Список літератури: 1. Блауг Марк. Економічна теорія в ретроспективі / Пер. з англ. І. Дзюб. – К.: Вид-во Соломії Павличко “Основи”, 2001. – 670 с. 2. Історія економічних учень: Підручник: У 2 ч. – Ч.1 / За ред. В. Д. Базилевича. – 3-тє вид., випр. і доп. – К.: Знання, 2006. – 582 с. 3. Історія економічних учень: Підручник: У 2 ч. – Ч.2 / За ред. В. Д. Базилевича. – 3-тє вид., випр. і доп. – К.: Знання, 2006. – 575 с. 4. Історія економічних учень: Підручник / Л. Я. Корнійчук, Н. О. Татаренко, А. М. Поручник та ін. - К.: КНЕУ, 1999. – 575 с. 5. Юхименко П.І., Леоненко П.М. Історія економічних учень: Навч. посіб. – К.: Знання - Прес, 2000. – 514 с.

4 АКТУАЛЬНІ НАПРЯМИ РОЗВИТКУ ТЕОРІЇ І ПРАКТИКИ МЕНЕДЖМЕНТУ

ON THE QUESTION OF ORGANIZATIONAL DEVELOPMENT

Mariann Somosi Veres

PhD Associate Professor, Head of Institute, vice-dean

University of Miskolc Faculty of Economics Institute of Management Science

The business management of most successful companies is a result of the processes, organizational structure and coordinated operation of supporting systems and employees, which appear in organizational capabilities of the company. Within the business processes, this includes development and continuous improvement of key internal rules and regulations, sharing impact and responsibility, operation of expectations and basic checkpoints for organizational units, creation of most important technical conditions, improvement of human resource knowledge and skills within the business process and putting all the above in service of strategic goals, in which the competence development, performance management systems and knowledge-sharing techniques play a key role.

Within the world-wide, almost fierce market competition, companies tend to feel and recognize that within a very short matter of time they may lose their "traditional" competitive advantage resulted from the development, excellent quality, their services, products and technologies, etc. In this way, it gets into their field of view that a more durable competitive advantage can be acquired through competencies. The corporate/institutional competencies make the enterprise competitive only if it is able to show such value producing, personal and group competencies together with skills, which – due to their uniqueness and perfectness – are inimitable by competitors.

Nowadays, due to the effect of economic, political, technological and information globalization, the primary interest of not only large, but small and medium-sized enterprises is efficiency increase, cost reduction, improved resource concentration

and allocation, which can be achieved mostly by improvement of competencies and capabilities.

According to the author, the capability development does not logically differ from the classical process of organizational development; at the same time, we can find common elements and completely different, novel approaches and different emphases within the content of individual phases.

One of the critical elements to successfully carry out the work on organizational development and capability improvement is the successful performance of the analysis.

УДК 330.322

С.И. Вихляева, профессор, к.э.н., НТУ «ХПИ», Харьков
Ли Чао, аспирант, НТУ «ХПИ», Харьков

ФОРМИРОВАНИИ ИНВЕСТИЦИОННОЙ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ

Так как основной целью инвестиционной деятельности является обеспечение реализации наиболее эффективных форм вложения капитала, то особое внимание каждый хозяйствующий субъект должен, с одной стороны, уделять исключению или минимизации действия факторов сдерживающих их инвестиционную привлекательность, а с другой улучшающих.

Для оценки инвестиционной привлекательности предприятий предлагается следующая схема анализа, состоящая из основных разделов:

- показатели финансового положения;
- показатели рыночного положения и конкурентоспособности;
- показатели организационно-технического и кадрового уровня;
- показатели использования ресурсов;
- показатели, характеризующие структуру собственников.

Следует отметить, что анализ инвестиционной привлекательности логично начать с исследования обобщающих количественных показателей, которые характеризуют наиболее существенные аспекты финансово-хозяйственной деятельности и которые можно относительно просто рассчитать на базе финансовой отчетности и данных отраслевой статистики.

На первом этапе исследования обобщающих показателей предприятия, через их сравнение со среднеотраслевыми, выявляются лучшие предприятия отрасли, посредством отсекаания компаний, имеющих худшие показатели. При этом используется метод группировок, когда вначале отсекаются предприятия, все обобщающие показатели которых хуже среднеотраслевых, а затем те предприятия, у которых хотя бы один из обобщающих показателей существенно хуже среднеотраслевого. Мера существенности зависит от степени

отклонения показателей от среднеотраслевых и определяется методами математической статистики.

На втором этапе исследования обобщающих показателей выявляются лучшие предприятия отрасли, а также делается предварительный вывод об инвестиционной привлекательности интересующего предприятия посредством ранжирования предприятий отрасли по степени их инвестиционной привлекательности.

Наиболее распространенным подходом к осуществлению процесса структуризации любой проблемы, в том числе и связанной с формированием инвестиционного проекта, является методология системного анализа, с учётом которого декомпозиция проблемы осуществляется в соответствии с общесистемными характеристиками объекта и его внешней среды.

Несмотря на особенности инвестиционного проектирования в каждом конкретном случае, можно выделить общие моменты, которые необходимо учитывать на этапе формирования концепции и разработки инвестиционного проекта. Причины, обуславливающие необходимость инвестиций, могут быть различны, однако в целом их можно подразделить на три вида:

- обновление имеющейся материально-технической базы,
- наращивание объемов производственной деятельности,
- освоение новых видов деятельности.

Таким образом, можно с достаточной степенью уверенности утверждать, что задачам, связанным с исследованием бизнес - идеи привлекательного инвестиционного проекта и постановке проблемы, связанной с необходимостью инвестиций, присущи следующие особенности:

- уникальность проблемы;
- отсутствие стандартной схемы структурирования ситуации;
- неопределенная постановка задачи;
- неясность содержания и объема необходимой информации;
- большое число факторов, которые необходимо учитывать.

Использование строгих математических методов, таких как математическое и имитационное моделирование, статистическое прогнозирование, для решения задач на данном этапе очень ограничено.

Наибольшее распространение для решения подобных задач получили методы, основанные на процедурах экспертных оценок, в частности метод "Дельфи" и метод "мозгового штурма".

Однако данные методы эффективны, когда необходимо найти решение какой-либо проблемы или спрогнозировать возможные последствия какого-либо явления. В том случае, когда необходимо анализировать и оценивать влияние друг на друга большого числа факторов, данные методы оказываются неэффективными.

Основные преимущества использования данного метода можно свести к следующему.

1. Данный метод позволяет оперировать как количественной, так и качественной информацией.

2. Использование метода не требует от специалистов по инвестиционному проектированию специальных знаний в области математического моделирования.

3. Графическая форма представления элементов бизнес-идеи инвестиционного проекта, в качестве которых могут выступать технико-экономические показатели проекта, факторы и тенденции влияющие на проект.

4. Логика причинно-следственных взаимосвязей, используемая в когнитивном моделировании, хорошо понятна специалистам по инвестиционному проектированию.

5. Метод когнитивного моделирования позволяет решать "обратную задачу", то есть находить значения входных факторов, которые обеспечивают достижение заданных значений целевых критериев.

УДК 65.014.12

Л.Ю.Гордієнко, к.е.н., доцент, Харківський національний економічний університет, Харків

ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ОСНОВИ ПОБУДОВИ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ОРГАНІЗАЦІЙНИМИ ТРАНСФОРМАЦІЯМИ

Глобалізаційні процеси та перманентні кризи, які відбуваються в світі, а також реформування багатьох сфер життя в Україні, ведуть до необхідності переходу на нову парадигму менеджменту, яка б надала можливість суб'єктам господарювання не тільки адаптуватися до нових обставин, але й вчасно перебудувати систему управління, щоб зберегти її, якщо є потреба, розширити ринкову нішу. Для цього підприємство повинне мати відповідний управлінський інструментарій, який має базуватися на новітній теоретико-методологічній основі, що дозволить йому успішно функціонувати в умовах інституціональних перетворень.

Визначальною парадигмою XX ст. була віра у рівновагу, у те, що у всьому можливі стійкість і доцільність. Новий підхід до бачення світу, нова парадигма базуються на умоглядному сприйнятті, яке досить далеко від уявлень про рівновагу. Відсутність рівноваги означає, що в хаотичному світі ніщо не є стійким. Несподіванки, зриви, збої й стреси безупинно наносять відчутні удари по тим або іншим організаціям. Таким чином менеджери, які прагнуть відновити контроль над ситуацією, відновити рівноважний стан, подібні, за образним висловом Р. Дафта [1, с. 715], Сізіфу. Тому, як відзначає інший авторитетний учений П. Друкер в [2, с. 19], тобто на переломі тисячоріч, прийшов час нових уявлень, які пожвавили б науку і практику менеджменту. Таким чином нова парадигма навпаки припускає пошук прийнятного стану у процесі безперервних змін.

Питання управління організаційними змінами широко висвітлено у працях вітчизняних і зарубіжних науковців: І. Адізеса, І. Ансоффа, В.Г. Бодрова, К. Вацьковські, Л.Д. Гітельмана, Л. Кларк, Г. Мінцберга, Т. Норберта, В.С.

Пономаренка, П. Сенге, А. Тяпухіна, М. Хаммера та ін. Проте, недостатньо дослідженими є питання управління організаційними трансформаціями, що і обумовило мету даної статті.

Метою цієї статті є обґрунтування теоретико-методологічних основ побудови системи управління організаційними трансформаціями.

Управління організаційними трансформаціями має бути науково обґрунтовано, зокрема базуватися на теоретичних положеннях, що враховують як загальні теоретичні основи управління організаціями, так і ті, котрі дозволяють узяти до уваги специфіку організаційних трансформаційних процесів, що можливо на основі відповідної системи управління, яка має функціонувати відповідно до концепції трансформаційного (перетворюючого) менеджменту [3, с. 177].

Отже система управління організаційними трансформаціями має бути побудована на основі сучасних поглядів щодо управління організаціями як система відповідного виду менеджменту – трансформаційного менеджменту, який виник як об'єктивна обумовленість і потреба в знаннях про управління організаційними трансформаціями на основі генезису організаційно-управлінських наук та генезису наук про менеджмент.

Трансформаційний менеджмент є процесно-орієнтованим менеджментом, який становить самостійну область управлінської науки, об'єктом якої виступають організаційні трансформаційні процеси в усьому їх різноманітті, і які здійснюються в усіх сферах людського життя.

Ураховуючи, що підприємству як складній соціально-економічній системі, може бути властивий трансформаційний процес, який є об'єктом даного дослідження, яким можна й потрібно управляти, стає обґрунтованим визначення методології побудови системи трансформаційного менеджменту.

Для вирішення проблеми побудови системи управління організаційними трансформаціями з урахуванням місця трансформаційного менеджменту в системі наук про менеджмент та його генезису правомірно скористатися класифікацією методологій, яка наведена в [4, с. 71], і має три рівні: загально філософський, загальнонауковий, інструментарний (прикладний).

Таким чином методологічну базу системи управління організаційними трансформаціями з прикладної точки зору доцільно розглядати як інструментарну систему трансформаційного менеджменту (СТМ), який становить сукупність процесів, функцій, структур, ресурсів, механізмів, технологій, методів, інструментів, форм, що забезпечують цілеспрямований вплив на організаційно-управлінські системні перетворення.

При формуванні СТМ слід керуватися певними правилами, основними положеннями й нормами, які назвемо принципами побудови СТМ (ППСТМ). Вони є результатом узагальнення людьми об'єктивно чинних законів і закономірностей (економічних, теорії управління, управління організаціями тощо), властивих їм загальних рис, початків їх дії.

Процес створення СТМ, що забезпечує цілеспрямований вплив на організаційно-управлінські системні перетворення, доцільно побудувати відповідно до прийнятих при створенні організаційних систем трьох стадій

(передпроектна, проектування, імплементація), що включають набір конкретних робіт, в процесі яких використовується система методів та моделей, які доцільно включити у банк методів та моделей, що допоможе вибрати ті методи, які найбільше підходять для даного підприємства, тим самим збільшуючи ймовірність уникнути прорахунків при створенні системи трансформаційного менеджменту.

Список літератури. 1. Дафт Р. Л. Менеджмент / Р. Л. Дафт. – СПб : Питер, 2002. – 832 с. 2. Друкер Питер Ф. Задачи менеджмента в XXI веке : учебн. пособ. / Питер Ф. Друкер; пер. с англ. – М. : Издательский дом «Вильямс», 2001. – 272 с. 3. Гордієнко Л.Ю. Управління організаційними трансформаціями: теоретико-методологічні засади та управлінський інструментарій : монографія / Л.Ю. Гордієнко. – Харків : Вид. ХНЕУ, 2011. – 440 с. 4. Системные исследования. Ежегодник 1977 г. / под ред. И. В. Блауберг. – М. : Наука, 1977. – 236 с.

УДК 621.883.81

С.І.Доценко, доцент, канд. техн. наук, Хірківський національний технічний університет сільського господарства імені П. Василенка, Харків

ДО ПИТАННЯ ПРО МЕТОДОЛОГІЮ ФОРМУВАННЯ ЗАГАЛЬНОЇ ТЕОРІЇ ПІДПРИЄМСТВА

Задачі перебудови економіки з планових економічних механізмів на засади ринкових, конкурентних механізмів поставили перед економічною наукою задачу розробки сучасної теорії підприємства. Існуючі на цей час методології дослідження діяльності підприємств та відповідні теорії підприємства не в повній мірі задовільняють потреби бізнесу і держави і тому потребують подальшого розвитку.

На цей час існує дві основні методології формування теорії підприємства.

- методологія системного підходу;
- методологія цілісного підходу.

Тому виникає завдання в порівнянні цих методологій і розробці рекомендацій по їх застосуванню в задачі формування теорії підприємства.

Методологія системного підходу сформульована на основі представлення діяльності підприємства як діяльності відповідної системи або ж їх сукупності. Існує значна кількість монографій та статей в яких наведено основні положення теорії систем.

Подальший розвиток методології системного підходу здійснюється шляхом уточнення і розвитку базових принципів загальної теорії систем.

Я. Корнаї запропонував для теорії економічних систем концепцію системної парадигми, яка враховує економічну специфіку діяльності підприємств і базується на загальній теорії систем. В цій концепції запропоновано ряд принципів. На основі цих принципів Г. Клейнером розвивається теорія підприємства у формі концепції системно-інтеграційної теорії фірми.

Здійснюються також спроби зміни традиційного системного підходу новим.

Тому «базисними характеристиками» систем, згідно Г. Клейнеру, є: «Всі соціально-економічні системи мають часову тривалість, і просторову протяжність (визначеність)».

Основною ознакою систем є «обмеженість/необмеженість систем в просторі і в часі». Згідно цієї концепції виділяється чотири форми підсистем, з яких формується підприємство як система, а саме: проект; процес; об'єкт; середовище.

Для цих підсистем визначено принципи їх взаємодії у складі цілісної системи підприємства – принцип паркетної взаємодії. Г. Клейнер виконав аналіз способів взаємодії цих систем.

Нами запропоновано розглядати «ціле» як об'єднання щонайменше двох його частин що взаємодіють певним чином. Визначивши таким чином кількісний склад цілого, виникає можливість перейти до визначення змісту діяльності кожної з цих частин у складі «цілого» та встановлення механізму їх взаємодії.

Традиційно в теорії підприємства, та й в загалі, в теорії систем, виконується аналіз підприємства як системи з метою визначення його інтегративних характеристик.

Основною проблемою теорії систем слід визнати проблему багатозначності визначення самого поняття «система». У теорії систем розглядається ціла система формувань цього поняття. Розгляд починається з визначення: «система є дещо ціле». В той же час відсутнє визначення поняття «ціле». Відсутність однозначності визначення цих понять змушує спочатку встановлювати загальні закономірності формування та діяльності системи, як це показано на прикладі теорії систем в керуванні та зв'язку. В залежності від того, як система певним чином сформована і дано її опис, пропонується дати визначення такої системи.

Нами пропонується протилежний підхід. Нами пропонується ввести поняття «організаційне ціле». Тобто, ми пропонуємо перейти до розгляду діяльності елементарного цілого, в організаційному сенсі - суб'єкта підприємницької діяльності. Організаційним Цілим ми визнаємо підприємця, який здійснює підприємницьку діяльність. Опис його діяльності здійснюється за методологією теорії функціональних систем академіка П.К. Анохіна.

Для визначеного таким чином організаційного Цілого, виділимо в його складі дві організаційні складові частини, а саме:

- частина, яка відповідає за формування проекту майбутнього результату;
- частина, яка забезпечує отримання такого результату.

Пропонується однозначне визначення поняття «організаційне Ціле»: - організаційним Цілим є об'єднання двох організаційних складових частин, одна з яких забезпечує формування проекту майбутнього результату, а інша забезпечує його реалізацію у взаємодії з першою, на основі закону результату,

закону динамічної мобілізації частин, закону сталості архітектури організаційного Цілого.

З аналізу діяльності людини та підприємця як організаційного Цілого, впливають наступні беззаперечні факти:

1. Діяльності людини та підприємницька діяльність підприємця як організаційне Ціле підпорядковується одним і тим же організаційним законам;
2. Діяльність організаційного Цілого передбачає реалізацію двох діалектично протилежних за часом реалізації форм організаційної діяльності:
 - організаційну діяльність по формуванню оптимального проекту майбутнього результату та прийняттю рішення про його досягнення (Π);
 - організаційну діяльність по досягненню сформованого проекту майбутнього результату (X) шляхом забезпечення вимірювання та співставлення проекту результату та реального результату;
3. Діяльність організаційного Цілого може бути описана співвідношенням: $\Pi \leq = \geq X$, реалізація якого передбачає додаткові форми діяльності по забезпеченню рівності $\Pi = X$ у формі стандартного циклу менеджменту.

УДК 658.009

Ю.Е.Дуднєва, канд. екон. наук, доцент, Українська інженерно-педагогічна академія, Харків

ФУНКЦІЇ ТА СТАДІЇ ФОРМУВАННЯ ІМІДЖУ КЕРІВНИКА

Для здійснення управлінського впливу керівнику необхідно мати відповідні ресурси, до яких, поряд із формальними повноваженнями, що надає посада, відносяться і ресурси, які залежать від особистості керівника. На цьому впливі базується еталонна форма влади. У зв'язку з цим проблеми формування позитивного іміджу керівника, у якому будуть відображені та підкреслені особливі, сильні, надзвичайні та актуальні якості менеджера, є завданням з високим рівнем практичної значущості. Як категорія управлінської науки імідж керівника може бути визначено як образ керівника, що склався в свідомості представників цільових контактних груп громадськості, та виконує певні функції у рамках його професійно-орієнтованої діяльності. Серед функцій іміджу управлінця яких можна виділити два блоки, що об'єднують зовнішні та внутрішні функції.

Серед зовнішніх функцій найважливішими виступають представницька та комунікаційна функції. Ще Г.Мінцберг, описуючи ролі, що виконують керівники, наголосив на важливості функції керівника як представника при зовнішніх контактах організації. Взаємозв'язок «імідж керівника – імідж організації» демонструє, що імідж керівника впливає на загальний корпоративний імідж, тут спрацьовує своєрідний варіант «ефекту ореолу».

Комунікаційна функція має забезпечити оптимальний обмін інформації між організацією та зовнішнім середовищем. Як критерій оптимальності виступає ступінь сприяння існуючої комунікативної мережі досягненню загальних цілей організації. Особливість комунікативної функції полягає у її суб'єктивно-психологічних характеристиках. Поняття комунікативної функції включає в себе три власне психологічних аспекти: комунікативна поведінка керівника, комунікативні явища і процеси його діяльності.

Внутрішні функції іміджу менеджера складаються з номінативної, нормативної, мотиваційної та функції соціального впливу. Безумовно комунікаційна функція, яку розглянуто у складі зовнішніх, має і внутрішній аспект (у контексті внутрішніх комунікацій).

Номінативна функція виділяє керівника серед інших менеджерів, підкреслює його переваги, відмінності, диференціює особистість керівника у середовищі. Позитивний, ефективний особистісний імідж є дієвим інструментом розвитку власної кар'єри, тому проектування власного іміджу має для керівника і суто прагматичну мотивацію.

Нормативна функція полягає в тім, що керівник задає норми поведінки в організації, що може бути основою формування соціально-психологічного клімату. Особистісні цінності керівника та його особиста місія впливають на корпоративну культуру організації.

Мотиваційна функція іміджу базується на бажанні підлеглих бути схожими на керівника професійними чи соціальними рисами. Імідж керівника як мотиватор діяльності підлеглих впливає на співробітників в плані їх самовираження, емоційного стану кожного працівника та соціально-психологічного клімату колективу у цілому, причетності до роботи на фірмі з ефективним менеджментом. Особливість управлінської ролі, що виконує менеджер, полягає в безпосередньому впливі на підлеглих, який має ґрунтуватися на особистому прикладі, регулярному спілкуванні, попередженні емоційної притупленості, сполученні вимогливості і демократизму, проведенні принципової лінії роботи, без власних амбіцій. Позитивний імідж управлінця постає важливим чинником більш досконалого функціонування організації.

Мотиваційна функція тісно взаємодіє із функцією соціального впливу іміджу, яка полягає у підвищенні ефективності управлінської діяльності керівника, який має позитивний, чітко емоційно забарвлений та активний імідж.

У загальному вигляді під соціальним впливом розуміємо процес, через який поведінка одного або кількох людей змінює стан інших людей: їх поведінку, мотивацію або ставлення до тих чи інших речей і явищ. Вплив є психологічною основою лідерства. Щоб стати лідером і залишатися їм, людині мало мати потенційну владу, треба користуватися нею, постійно впливати на інших людей, проводити через них свої рішення, перетворювати інших у своїх послідовників. Вплив в процесі спілкування взаємний. Але стосовно до лідерства говорять про так званий несиметричний вплив, який виникає, коли

одна людина впливає на іншого значно сильніше, причому, цей вплив має зберігатися протягом тривалого періоду часу.

Фахівці виділяють первинну та вторинну стадії формування іміджу керівника. Первинна стадія включає такі елементи: первинну інформацію про особистість, перше враження і галоефект, які є пов'язаними між собою. Вторинні фактори утворення іміджу активуються безпосередньо під час взаємодії управлінця з оточуючими (так зване лідерство «обличчя до обличчя»), відбивають характерні риси фахової та управлінської діяльності і включають такі елементи:

- професійні іміджеутворюючі фактори які залежать від фахової підготовки, досвіду (у тому числі і управлінської діяльності), професійних досягнень.

- особистісні іміджеутворюючі фактори - соціальні характеристики та особисті цінності (так звана «Я-концепція» або особиста місія);

- стиль вербальної й невербальної поведінки, що виражає співвідношення екстравертності та інтравертності в особистості та власне темперамент менеджера.

Вплив елементів первинної стадії поширюється на елементи вторинної стадії, коли галоефект продовжує впливати на загальний характер образу керівника, який складається на вторинній стадії.

УДК 338.242.658

А. А.Зайцева, магістр, НТУ «ХПИ», Харьков

СОВРЕМЕННЫЕ КОМПЛЕКСНЫЕ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ ПРЕДПРИЯТИЕМ В УКРАИНЕ

Современный динамически развивающийся рынок выдвигает предприятиям, функционирующим на нем, все новые условия и требования, заставляющие управленцев задумываться о необходимости поиска новых методов управления и организации производства. Соответствие таким требованиям – основное условие успешной деятельности любой компании. Менеджеры как развитых, так и развивающихся стран пытаются найти инструменты, позволяющие эффективно управлять предприятием или определенным видом его деятельности, быстро переориентировать его в приоритетное направление. С этой целью разработано большое количество различных моделей и систем (модель учетно-аналитической системы, модель функционирования предприятия, модель организационно-распорядительной системы, целевая функция управления предприятием и т.д.), компьютерных программ (С1, «Директор по персоналу», «Управление маркетингом» и многие другие). Такие решения позволяют локально решить определенную задачу или возникшую проблему. Но нынешняя ситуация требует от рыночных

функционеров более комплексного подхода, дающего возможность глобально управлять наиболее важными видами деятельности: маркетингом, производством, финансами, логистикой.

В европейской практике особое место занимает современная система SAP ERP (Система Планирования Ресурсов Предприятия компании SAP). Это комплексный программный продукт, позволяющий интегрировать все бизнес процессы, происходящие на предприятии. В Украине эта система начала активно использоваться после вступления государства в ВТО в 2008 году. Украинские производители, почувствовав давление со стороны европейских конкурентов, стали инвестировать средства в создание единой транзакционной системы для осуществления и отражения операций и бизнес-процессов. Что же представляет собой ERP-система и в чем ее преимущества?

ERP – организационная стратегия интеграции производства и операций, управления трудовыми ресурсами, финансового менеджмента и управления активами, ориентированная на непрерывную балансировку и оптимизацию ресурсов предприятия посредством специализированного интегрированного пакета прикладного программного обеспечения, обеспечивающего общую модель данных и процессов для всех сфер деятельности. ERP-система — конкретный программный пакет, реализующий стратегию ERP.

SAP ERP состоит из определенных модулей: финансы, логистика, сбыт, контроллинг, персонал, планирование производства, проекты и др. Это позволяет предприятию выбирать те модули, которые актуальны для его функционирования. Все модули между собой связаны (например, проводя операцию (поставка товара потребителю) в модуле «Сбыт», автоматически создается документ в модуле «Финансы», отражающий произведенную бухгалтерскую проводку, а в модуле «Логистика» отражается факт списания товара со склада).

Преимуществами данной системы можно назвать:

- 1) при планировании и реализации проекта создается компетентная группа консультантов со стороны заказчика и консалта, создающих систему, с учетом особенностей предприятия;
- 2) в случае расширения бизнеса нет необходимости переходить на новое программное решение;
- 3) возможность постоянного контроля бизнес-процессов и операций руководством, выявление нарушений в отчетности и фактов махинаций;
- 4) удобство использования сотрудниками и возможность ограничения их доступа в модули и документы, не имеющие отношения к их прямым обязанностям;
- 5) консолидация отчетности и обработка больших объемов информации;
- 6) возможность получения своевременных консультаций и специализированной поддержки.

Для Украины и национального рынка ERP – новая система управления предприятия, предоставляющая огромные возможности, но вместе с тем реализация такого проекта требует значительных инвестиций, четкого

понимания руководством целей внедрения, сознательности сотрудников. По оценкам экспертов, рынок ERP-систем в Украине в 2012 году достигнет уровня 50 млрд. долларов США, что в сравнении с другими странами – низкий уровень. Наиболее распространенными сферами экономики Украины, где используется ERP, являются банковская сфера (ОТП Bank, UniCreditGroup), сфера торговли (сеть супермаркетов «Фуршет», компания «Лан-Украина»), производственные предприятия (компания «Рудь»).

В украинских реалиях компании, принявшие решение перейти на ERP-систему, делают ряд типичных ошибок. Во-первых, при планировании модульности системы заказчики стараются максимально сократить количество модулей и количество настроек в них (в силу высокой стоимости разработки и реализации системы) и в результате не охватывают все процессы, происходящие в компании, за счет чего снижают эффективность работы. Во-вторых, при возникновении проблем эксплуатации (в силу принципиальной новизны системы для сотрудников) руководство пытается самостоятельно решить их без помощи консалта, чем усугубляет ситуацию и вынуждает нести дополнительные затраты по выявлению ошибок и их устранению. Но, учитывая опыт компаний, освоивших ERP, потенциальные заказчики осознают приоритетность крупных первоначальных затрат на создание системы над проблемами, сопровождающими нецелесообразную экономию.

Таким образом, SAP ERP – наиболее перспективная и эффективная система консолидации и управления бизнесом в Украине. Она улучшает работу компании изнутри, повышая ее потенциал и устойчивость в условиях изменяющегося рынка.

УДК 658.5.012.7

К.В.Камчатна-Степанова, аспірант, НТУ «ХПІ», Харків

ХАРАКТЕРИСТИКА ТА КРИТЕРІЇ ОЦІНКИ РЕЗУЛЬТАТІВ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА НА РІЗНИХ ЕТАПАХ НАУКОВО-ВИРОБНИЧОГО ЦИКЛУ

Інноваційна діяльність підприємства є важливою і невід'ємною складовою значно більшого за масштабами суспільного процесу науково-технічного і виробничо-технологічного розвитку, що має циклічний характер (цикл «наука-техніка-виробництво»). Основними етапами здійснення даного процесу є такі: фундаментальні та прикладні наукові дослідження (НД); технічні розробки та дослідне виробництво; первинне засвоєння інновацій; розповсюдження інновацій; ефективне використання інновацій в діючому виробництві.

В ході проведення фундаментальних НД на основі відкриття законів та закономірностей, категорій та явищ (ефектів), обґрунтування теорій, принципів та шляхів їхнього практичного використання отримується інформація

загальнонаукового характеру, що дозволяє визначити сфери першочергового використання отриманих результатів. Прикладні НД дозволяють визначити принципову можливість і встановити необхідні передумови для практичної реалізації набутих результатів на сучасному етапі науково-технічного розвитку та у ближній перспективі, а також сформулювати прогностичні оцінки економічної доцільності (потенціальний економічний ефект) від реалізації набутих результатів. До складу найбільш важливих практичних результатів, що можуть бути отримані в ході даного етапу, слід також віднести комплекс нормативно-методичного забезпечення інноваційної діяльності, елементами якого є насамперед новітня галузева інформація, створення технологічних регламентів, технічних завдань та вимог, методик та рецептів, проектів, а також інших наукових рекомендацій, інструкцій, стандартів, еталонів, нормативів, каталогів.

В ході наступного етапу науково-виробничого циклу, пов'язаного із проведенням технічних розробок та дослідним виробництвом, проводиться дослідно-експериментальна перевірка результатів НД, дається оцінка потенціалу практичної реалізації інновацій на існуючій технологічно-виробничій базі конкретних галузей національної економіки і окремих підприємств, а також складаються прогностичні кошториси необхідних витрат на технічну модернізацію та переобладнання виробництва, розглядаються можливості тиражування та комерційного використання створених зразків нових виробів або впровадження нових процесів та систем управління. Основним результатом здійснення зазначених інженерно-технічних та економічно-управлінських робіт стає підготовка проектно-конструкторської документації щодо виготовлення та зразки нових виробів і споруд, процесів та систем управління, обґрунтування техніко-економічних показників проектів реалізації інноваційних рішень.

Первинне засвоєння інновацій прямо й безпосередньо пов'язане із налагодженням серійного або одиничного випуску нових виробів, пуском у дію нових об'єктів, засвоєнням нових технологічних процесів, впровадженням більш досконалих систем управління. Оцінювання зазначених результатів обов'язково здійснюється з урахуванням критеріїв ступеня досягнення передбачених технічних та економічних показників нового виробництва (зокрема, збільшення виробничої потужності підприємства, підвищення гнучкості техніки та технології) для визначення та усунення недоліків інноваційного проекту, прийнятого до впровадження.

Отримання комерційного успіху від первинного засвоєння нововведень, отримання позитивного економічного ефекту від розповсюдження інновацій дозволяє підприємству-новатору не тільки забезпечити технологічне лідерство, але й визначити можливості та розробити заходи щодо комерційного продажу прав інтелектуальної власності на результати попередніх етапів (насамперед, на ноу-хау і новітні технології). Саме тому в ході даного етапу розроблені інноваційні рішення мають бути доведені до рівня типових технологій та методик, права інтелектуальної власності на які однозначно закріплені за легітимними власниками та захищені у встановленому законом порядку.

Подальше ефективне використання інновацій в діючому виробництві

передбачає розробку і реалізацію заходів, спрямованих на удосконалення впроваджених технологій та виробів, підвищення ефективності використання нововведень, збільшення виробничого потенціалу тощо. Результатами здійснення такого роду заходів мають стати стабілізація та скорочення витрат, які пов'язані з використанням нововведення, зростання економічного ефекту від інновації через збільшення обсягів та сфер її впровадження, обґрунтування шляхів подальшого техніко-технологічного розвитку підприємства. Саме тому важливими складовими пошуково-дослідницьких та аналітичних робіт, які здійснюються в ході даного етапу науково-виробничого циклу, є прогнозування перспективи розвитку виробничо-технологічної бази конкретних підприємств і галузей з урахуванням можливих змін вимог ринкового середовища, передбачуваних (очікуваних) результатів дослідницьких пошуків.

Результативність участі підприємства у циклічному процесі науково-виробничого розвитку у цілому та у різних етапах здійснення такого циклу зокрема визначається широким колом факторів, у складі яких визначальна роль належить властивостям прогресивності виробничо-технологічної основи (ВТО) певних об'єктів, тобто комплексу виробничих операцій з перетворення предметів труда на основі використання певних технологічних знань та практичних навичок працівників. Головним критерієм оцінки прогресивності виробничо-технологічної основи підприємства є ступень «технічної раціональності» виробничого процесу, тобто міра обізнаності персоналу про причинно-наслідкові зв'язки між необхідними входами виробничої системи та бажаними результатами її діяльності.

УДК 65:330

І.М.Капаруліна, докторант, к.е.н., доцент, Національний авіаційний університет України, Київ

ЧАСОВІ ПАРАМЕТРИ СИНХРОНІЗАЦІЇ БІЗНЕС-ПРОЦЕСІВ ПІДПРИЄМСТВА

Управління функціонуванням підприємства вимагає взаємоузгодження та раціоналізації виконання різноманітних операцій, що різняться за трудомісткістю, обсягами ресурсів, часом реалізації. Зазначене обумовлює актуальність досліджень в галузі структуризації процесу функціонування підприємства.

Загальне уявлення про функціонування підприємства базується на моделі утворення вартості М. Портера [1], згідно якої процеси поділяються на два види: операційні – ті, що безпосередньо приймають участь у створенні кінцевого продукту й виконуються послідовно, та підтримуючі – ті, що супроводжують створення кінцевого продукту й виконуються паралельно з операційними процесами. На практиці застосування моделі супроводжується

низкою проблем, пов'язаних з відсутністю чітких критеріїв виокремлення та об'єднання операцій у процеси та критеріїв синхронізації процесів між собою.

Відсутність чітких критеріїв виокремлення та об'єднання операцій у процеси спостерігається через багатоланцюговість здійснення розподілу праці на підприємстві: при зростанні розміру підприємства спочатку відбувається розподіл праці на управлінську та виконавчу, надалі відбувається спеціалізація кожного виду праці за функціональною ознакою, потім – за стратегічною (сегментною) ознакою – способом зростання (диверсифікація, географічна експансія тощо) [2]. Зважаючи на наявну на підприємстві спеціалізацію праці та зміст поняття «процес» (набір операцій, реалізація яких разом дозволяє отримати певний результат, що має цінність для споживача), існує декілька способів виділення у складі загального процесу функціонування підприємства низки взаємопов'язаних підпроцесів. Концептуально структуризація процесу функціонування підприємства може здійснюватися двома способами [3-4].

Перший спосіб – функціональний: діяльність підприємства зображується як низка видів діяльності, які необхідно здійснити для досягнення загальної мети. Тому передбачається агрегування операцій на підприємстві в процеси за функціональною ознакою, а діяльність підприємства виглядає як низка процесів, які потребують взаємної синхронізації їх здійснення.

Другий спосіб – кросфункціональний: діяльність підприємства зображується як низка задач, для вирішення яких необхідне здійснення різних видів діяльності. Відбувається агрегування операцій в процеси за участю в забезпеченні вирішення певної задачі: конкретний результат – відповідний процес – окремий бюджет – один господар процесу. В результаті діяльність підприємства зображується у вигляді низки паралельних відносно незалежних бізнес-процесів.

У чистому вигляді зазначені способи рідко реалізуються, тому на практиці застосовується змішаний підхід: виділяється декілька ключових блоків діяльності та забезпечується наскрізна їх реалізація у вигляді низки послідовних етапів. З нашої точки зору, переважання того чи іншого способу залежить від обсягів діяльності підприємства та специфіки його стратегії.

Реалізація на практиці будь-якого способу вимагає узгодження операцій за обсягом робіт та часом їх виконання – паралельно-послідовну синхронізацію у часі функціональних і підтримуючих видів діяльності.

Часовий критерій синхронізації впливає з циклічного функціонування підприємства як способу виживання, що передбачає фіксацію постійної реакції на певні ритмічні збурення у зовнішньому середовищі (поведінковий паттерн) у вигляді виробництва через певний період часу (визначається терміном втрачання споживчих властивостей продуктом і кількістю споживачів) відповідної кількості певного продукту. Тому базовим циклом діяльності підприємства виступає виробничий цикл, відносно якого здійснюється внутрішня синхронізація усіх інших процесів. Окрім виробничого циклу нами виділяється ще два цикли: управлінський (пов'язаний з управлінською оперативною діяльністю) та проектний, чи підприємницький (пов'язаний зі

стратегічною управлінською діяльністю). Серед видів управлінської діяльності виділяються ті, які повинні виконуватись до початку певного виробничого циклу (дослідження, планування), а також ті, які повинні виконуватись під час нього (стимулювання споживачів, мотивація працівників), тому мінімальна величина управлінського циклу вдвічі більша за виробничий цикл. Зважаючи на те, що управлінська діяльність відповідає за здійснення внутрішніх і зовнішніх операцій обміну, зменшення транзакційних витрат визначає об'єм управлінської діяльності та виступає чинником вибору підходу до структуризації діяльності підприємства. [5]

Отже, запропонований підхід до часової синхронізації бізнес-процесів підприємства на основі взаємоузгодження основних циклів його діяльності буде сприяти більш раціональній організації праці та економії ресурсів.

Література: 1. Портер М. Конкурентное преимущество. Как достичь высокого результата и обеспечить его устойчивость. – М.: Альпина Паблишер, 2008. – 715 с. 2. Павленко І.М. Формування організаційної структури управління маркетингом на підприємстві / Дис. ... канд. екон. наук: 08.06.01 / Ірина Миколаївна Павленко. – Херсон. – 2003. – 202 с. 3. Иванов В.С. Организационное управление и реинжиниринг бизнес-процессов. Часть 1: Монография / В.С. Иванов, С.В. Сухов. – Ярославль: МУБиНТ, 2002. – 95 с. 4. Хартмут Б. Управление организациями и производством: от функционального менеджмента к процессному. – М.: Альпина Паблишер, 2010. – 282 с. 5. Павленко І.М. Ринкова адаптація: тривалість основних циклів діяльності підприємства // Формування ринкової економіки: Збірник наукових праць ДВНЗ «КНЕУ ім. В.Гетьмана». – Спец. вип. Економіка підприємства: теорія і практика: у 2 ч. – Т.1. – К.: КНЕУ, 2010. – С.131-138.

УДК: 911.375:330.11

О.А.Карлова, д-р екон. наук, доцент Харківської національної академії міського господарства, Харків

ПРОБЛЕМИ ФУНКЦІОНУВАННЯ МІСТ З ДЕФОРМОВАНОЮ СОЦІАЛЬНОЇ ІНФРАСТРУКТУРОЮ

Функціонування і розвиток господарської інфраструктури міст України, як і в усьому світі, характеризується складністю процесів, що відбуваються в їх імовірнісних системах. Нестабільність у розвитку виробництва, постійна міграція населення, забрудненість території ставить перед інфраструктурою міського комплексу ряд соціально-економічних проблем. Вони в першу чергу пов'язані із забезпеченням усіх категорій споживачів якісними послугами підприємств системи життєзабезпечення міст. Соціально-економічний розвиток сфери міських послуг пов'язаний з якісними і структурними змінами регіональної економіки в трансформаційний період. Для українських міст характерні сьогодні загострення соціальних проблем і особливо негативних тенденцій у способі життя городян, ускладнення екологічної ситуації. Реалізація основних установок економічної стратегії та соціальної політики

розвитку держави потребує радикального перегляду відношення до міст як відкритих соціальних організмів, закони існування яких автономні від соціальних інститутів. Найважливіше коло проблем у структурі моделі державного регулювання розвитку великих міст належить до вибору регіональної і муніципальної політики та її інтеграції в єдину політику.

Міста України виступають центрами економічного розвитку регіонів країни, в них забезпечується стабільність природно-ресурсного балансу, соціально-економічного середовища. Концепції розвитку міст в умовах соціально-орієнтованої економіки вимагають удосконалення системи управління міським комплексом з деформованою соціальною інфраструктурою. Міста, що є осередком надання житлово-комунальних послуг населенню в останні десятиріччя мають недостатньо матеріальних і фінансових ресурсів, висококваліфікованих кадрів місцевого самоуправління. Виникає потреба в критичному аналізові та осмисленні ситуації, що сформувалася в регіонах та містах, теоретичному узагальненні результатів діяльності нових структур соціально-економічної системи міського комплексу.

Містами в Україні називають населені пункти, які мають не менше 10 тис мешканців, більшість з яких є робітниками й службовцями. Великі міста переважно поліфункціональні, тобто виконують одразу кілька функцій: наукову, освітню, культурну, фінансову та ін. Питання формування стратегії ефективного функціонування сучасних міст, визначені Законами України „Про державні соціальні стандарти і державні соціальні гарантії”, „Про впорядкування міст”, „Про благоустрій населених пунктів”, освітлюють окремі аспекти цієї проблеми і потребують поглиблених досліджень.

Великі міста, регіональні центри відіграють важливу роль у житті держави. Вони відрізняються не тільки високою концентрацією населення, але й зосередженням капіталу, ємним ринком, його розвиненою інфраструктурою, наявністю кваліфікованих кадрів, значним освітнім, культурним, науковим потенціалом. В Україні всі вони є традиційними адміністративними, політичними, культурними, економічними центрами, опорними вузлами територіальної організації суспільства, приносять основний дохід в бюджети регіонів.

Сучасний розвиток України в постіндустріальному суспільстві нового сторіччя з його новітніми науковими технологіями, інформаційними системами, безпосереднім поєднанням науки з виробництвом, пов'язаний з різким зростанням ролі людського фактору та якості життя населення. Це, в свою чергу, підвищує значимість великих міст як мегаполісів, центрів інтелектуального і культурного потенціалу із стабільною системою відтворення висококваліфікованих кадрів і розвитку соціальної інфраструктури. У міському комплексі України зосереджено 68% населення, що представляє собою величезний потенціал з могутніми трудовими, фінансовими, виробничо-економічними ресурсами та специфічними умовами життя, створюється майже 80% внутрішнього валового продукту.

В українських містах безліч проблем, що заважають їх функціонуванню та розвитку. В першу чергу це питання економічного та соціального характеру. Однією з рис сучасного економічного становища міст України є заборгованість держави, окремих галузей і підприємств міському бюджету.

В економіці міста не існує вічних завдань, існує вічна проблема правильного формулювання того чи іншого завдання в конкретних економічних ситуаціях, які дуже різноманітні та мінливі. Тому, для окреслимо напрями економічного моделювання розвитку міст наступним чином:

- Оцінка сучасного стану економічного об'єкту;
- Прогнозування стану об'єкту і зовнішнього середовища, у якому він знаходиться;
- Планування стану економічного об'єкту.

Міський спосіб життя, як елемент суспільно-економічної формації на різних етапах суспільного прогресу має свої особливості. У забезпеченні прогресивного економічного зростання виняткову роль відіграють саме міста, як основа для подальшого розвитку продуктивних сил, концентрації виробництва і населення, які вимагають постійної зміни всіх сфер людського життя. Зміна сфер людського життя обумовлена, як згадувалося раніше, суперечностями в складній міській системі. Важливим джерелом суперечностей є взаємодія всіх розглянутих законів і закономірностей, об'єктами дії яких є зв'язок елементів матеріально-просторової підсистеми міста, зокрема взаємодія матеріально-технічної та екологічної підсистем. Ці суперечності виникають у ході розвитку міста і вирішуються завдяки впливу на них людського чинника як керуючого елементу в соціально-економічній системі.

УДК 658.012.21.3

А.В. Косенко, к.е.н., доц., НТУ «ХПІ», Харків

О.А. Круглов, зав. навчальною лабораторією, НТУ ХПІ, Харків

М.В. Маслак, магістрант, НТУ «ХПІ», Харків

ПРИЗНАЧЕННЯ, ПРИНЦИПИ ОРГАНІЗАЦІЇ, ПЕРЕВАГИ ЗАСТОСУВАННЯ АВТОМАТИЗОВАНИХ РОБОЧИХ МІСЦЬ ТА АНАЛІЗ СИСТЕМИ ПРИЙНЯТТЯ РІШЕНЬ

Тенденція до підсилення децентралізації управління призводить до розподіленої обробки інформації з децентралізацією застосування засобів обчислювальної техніки і вдосконаленням організації безпосередньо робочих місць користувачів.

Автоматизоване робоче місце можна визначити, як сукупність інформаційно-програмно-технічних ресурсів, які забезпечують кінцевому користувачу обробку даних і автоматизацію управлінських функцій в конкретній предметній сфері.

Ринкова економіка приводить до зростання обсягу й ускладненню завдань, розв'язуваних в області організації виробництва, процесів планування й аналізу, фінансової роботи, зв'язків з постачальниками й споживачами продукції, оперативне керування якими неможливо без організації сучасної автоматизованої інформаційної системи.

В умовах реалізації управлінського процесу метою впровадження автоматизованого робочого місця є посилення інтеграції управлінських функцій, і кожне більш-менш «інтелектуальне» робоче місце повинно забезпечувати роботу в багатофункціональному режимі.

Інформаційна система (ІС) являє собою організаційно-технічну систему, яка забезпечує вироблення рішень на основі автоматизації інформаційних процесів у різних сферах діяльності (управління, проектування, виробництво та ін.) або їх сполученнях.

Сучасна інформаційна технологія реалізується в умовах спроектованих автоматизованих інформаційних систем, де у процесі їх створення повинні бути взаємопов'язані раціональні методи рішення управлінських задач і технологія оброблення даних.

Проектування інформаційних систем – це тривалий, трудомісткий і динамічний процес, у якому на різних етапах беруть участь фахівці різних напрямів і кваліфікацій.

Проектування автоматизованих інформаційних технологій передбачає такі аспекти: технологічний; програмно-математичний; методичний; організаційний; поопераційний.

Основними підходами до проектування інформаційних систем менеджменту є функціональний, об'єктно-орієнтований та процесно-орієнтований.

Створення автоматизованого робочого місця на базі персональних комп'ютерів забезпечує: простоту, зручність роботи і дружній інтерфейс комп'ютерів по відношенню до користувача; простоту адаптації до конкретних функцій користувача; компактність розміщення і невисокі вимоги до умов експлуатації; високу надійність і живучість; порівняно просту організацію технічного обслуговування.

Ефективним режимом роботи автоматизованого робочого місця є його функціонування в рамках локальної обчислювальної мережі на основі робочої станції. Такий варіант є особливо доцільним, коли необхідно розподіляти інформаційно-обчислювальні ресурси між декількома користувачами.

Складнішою формою є автоматизоване робоче місце з використанням персонального комп'ютера в ролі інтелектуального терміналу, а також з віддаленим доступом до ресурсів центральної (головної) ЕОМ або зовнішньої мережі. В цьому випадку декілька персональних комп'ютерів під'єднуються по каналах зв'язку до головної ЕОМ. При необхідності кожен персональний комп'ютер може працювати і самостійно на основі власної інформації.

Основні роботи, які виконуються на стадіях проектування: I стадія – перед проектне обстеження; II стадія проектування; III стадія введення системи

в дію; IV стадія – промислова експлуатація – функціонування системи, що охоплює супроводження програмних засобів і всього проекту, оперативне обслуговування та адміністрування баз даних.

Основними завданнями експлуатації і супроводження є такі: забезпечення стійкості роботи системи і збереження інформації адміністрування; своєчасна модернізація і ремонт окремих елементів – технічна підтримка; адаптація можливостей системи, що експлуатується, до поточних потреб бізнесу підприємства – розвиток системи.

Головна особливість розробки АІС і АІТ полягає в концентрації складності на стадіях перед проектним обстеженням та проектуванням і відносно невисокої складності та трудомісткості наступних етапів. Більше того, невирішені питання й помилки, допущені на етапах аналізу та проектування, породжують на етапах запровадження й експлуатації труднощі, невирішені проблеми, що стає причиною відмови використання матеріалів проекту.

Питання про механізацію й автоматизацію праці менеджера постало у зв'язку з великим обсягом інформації, яку необхідно зібрати, обробити, прийняти рішення і передати далі. Відомо, що за допомогою навіть найпростіших засобів оргтехніки скорочується час обробки документів приблизно на 20%, а їх системне використання збільшує продуктивність управлінської праці у три рази.

Принциповою особливістю обробки інформації із застосуванням АРМ є залучення менеджерів безпосередньо, без допомоги програмістів, до активного використання обчислювальної техніки. Менеджер виконує тільки певну частину ручних операцій, які потребують творчого підходу, і, використовуючи вихідну інформацію, приймає управлінські рішення. При цьому менеджер, контролюючи роботу обчислювальних засобів, вносить необхідні зміни до значення параметрів процесів, котрі моделюються, та вихідні дані у процесі обробки інформації для реалізації функцій, які регламентуються посадовою інструкцією.

Список літератури: 1. Базы данных: от проектирования до разработки приложений. – СанктПетербург: БХВ-Петербург, 2003. – 384 с. 2. Вейцман В. М. / Проектирование экономических информационных систем: Учебное пособие // Яр.: МУБиНТ, 2002. 3. Вершинин О.В. Компьютер для менеджера. - М.: Высшая школа, 1990. 4. Смирнова Г. Н. Проектирование экономических информационных систем: Учебник. Под ред. Ю.Ф. Тельнова.-М.: Финансы и статистика, 2001.-512с.

УДК 35.073.53

О.С.Мельников , доцент, кандидат економічних наук, НТУ «ХП», Харків

ОПТИМІЗАЦІЯ СТРОКІВ ПРОВЕДЕННЯ КОНКУРСНИХ ТОРГІВ

Питання ефективного використання коштів при здійсненні державних закупівель неодмінно привертає до себе увагу з боку економістів, юристів,

фахівців в галузі публічного адміністрування. Одним із можливих шляхів скорочення витрат в цій сфері є вдосконалення організаційних механізмів здійснення закупівель.

В Україні, як і в інших країнах світу, основним інструментом здійснення закупівель є конкурсні торги, або тендери. Правила їх застосування встановлені Законом України «Про здійснення державних закупівель» (далі – Закон) [1]. Тендер – це конкурентна форма відбору пропозицій на постачання товарів, надання послуг або виконання робіт за заздалегідь оголошеними в документації умовами. Контракт укладається з переможцем тендеру, тобто учасником, який запропонував найкращі умови. Найчастіше вибір переможця здійснюється за ціновим критерієм. В законодавстві Російської Федерації для таких торгів застосовується термін «аукціон» [2]. Українське законодавство не відокремлює аукціони від інших конкурсних процедур, але встановлює, що питома вага цінового критерію при виборі переможця торгів не може бути нижчою 50 відсотків (стаття 28 Закону) [1].

Існує велике різноманіття процедур проведення аукціонів – англійський, японський, голландський, із закритими пропозиціями, аукціон Вікрі, тощо [3]. Вибір тієї чи іншої процедури проведення торгів, а також певних організаційних параметрів (наприклад, кроку зміни ціни в англійському аукціоні) опосередковано впливає на стратегічну поведінку постачальників, що у свою чергу, змінює очікувані результати торгів. Задача регуляторних органів полягає в тому, щоб обрати такі процедури і механізми, використання яких сприяло би досягненню суспільно прийнятного результату.

Серед важелів впливу замовника торгів на поведінку учасників слід зазначити такі інструменти, як:

- встановлення початкової ціни торгів;
- організація виплат учасникам (наприклад, в більшості аукціонів ціна контракту дорівнює пропозиції переможця, але в аукціоні Вікрі вона встановлюється на рівні другої за порядком пропозиції);
- плата за участь в торгах (у широкому сенсі до неї слід віднести витрати учасників на підготовку конкурсної документації, надання тендерного забезпечення, тощо);
- строки проведення торгів та ін.

Найбільш дослідженим є вплив початкової ціни торгів на поведінку учасників [3]. Вплив інших інструментів на результати торгів досліджений недостатньо. В даній роботі пропонується економіко-математична модель визначення оптимального строку проведення торгів.

Збільшення строку проведення торгів має двоякий ефект на їх результати з точки зору замовника. З одного боку, збільшується число учасників торгів, що зменшує очікувану ціну закупівлі. З іншого боку, уповільнюється процес постачань, зростають витрати, пов'язані з роботою членів комітетів з конкурсних торгів, тощо.

Щоб формалізувати ці міркування, розглянемо наступну модель. Будемо вважати процес надходження пропозицій на участь в торгах Пуассонівським із

інтенсивністю λ . Тоді кількість пропозицій n , що надійдуть замовнику протягом часового інтервалу t буде мати розподіл Пуассона. Ймовірність отримання n пропозицій складатиме:

$$\pi(n, t) = \frac{(\lambda t)^n e^{-\lambda t}}{n!}. \quad (1)$$

Пропозиції окремих учасників b_i будемо вважати незалежними, однаково розподіленими, позитивними випадковими величинами із законом розподілу $F(x) = P\{b_i \leq x\}$. Ціна закупівлі при наявності n пропозицій дорівнюватиме:

$$p(n) = \min(b_1, \dots, b_n). \quad (2)$$

Оскільки пропозиції окремих постачальників b_1, b_2, \dots, b_n є випадковими величинами, то і ціна закупівлі $p(n)$ теж буде випадковою величиною. Її розподіл $F_n(x)$ можна отримати у наступній спосіб:

$$\begin{aligned} F_n(x) &= P\{p(n) \leq x\} = 1 - P\{\min\{b_1, b_2, \dots, b_n\} > x\} = \\ &= 1 - \prod_{i=1}^n P\{b_i > x\} = 1 - \prod_{i=1}^n (1 - F(x)) = 1 - (1 - F(x))^n. \end{aligned} \quad (3)$$

Тоді очікувана ціна закупівлі як функція від тривалості торгів t складе:

$$p(t) = \sum_{k=0}^{\infty} \pi(k, t) M[p_n | n = k] = \sum_{k=0}^{\infty} \pi(k, t) \int_0^{\infty} x dF_k(x). \quad (4)$$

Легко довести, що $p(t)$ є убутною функцією від часу, але граничний ефект від збільшення тривалості торгів поступово зменшується. В деяких випадках цю формулу можна обчислити аналітично. Наприклад, коли пропозиції b_i мають стандартний рівномірний розподіл,

$$p(t) = (1 - e^{-\lambda t}) / \lambda t. \quad (5)$$

Витрати замовника будемо вважати лінійною функцією від часу: $C(t) = ct$. Тоді визначення оптимальної тривалості торгів зводиться до вирішення задачі $p(t) + ct \xrightarrow{t} \min$, яку можна розв'язати із використанням чисельних методів.

Впровадження запропонованого підходу до визначення раціональної тривалості торгів дозволить підвищити ефективність використання державних коштів при здійсненні закупівель. Особливо перспективним уявляється впровадження цього механізму в практику електронних торгів, де необхідну статистику легко зібрати в реальному масштабі часу.

Список літератури: 1. Закон України «Про здійснення державних закупівель» № 2289-VI від 1 червня 2010р. – Режим доступу: <http://www.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi>. 2. Федеральный закон Российской Федерации от 21 июля 2005 г. № 94-ФЗ «О размещении заказов на поставки товаров, выполнение работ, оказание услуг для государственных и муниципальных нужд». – Режим доступу: <http://www.rg.ru/2005/07/28/goszakaz.html>. 3. Klemperer, P. Auctions: Theory and Practice. – Princeton University Press, 2004. – 256p.

А.В. Нікітіна, аспірант, асистент, Харківський національний автомобільно-дорожній університет, Харків

МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВА

Діяльність суб'єктів господарювання за швидко змінюваних ринкових умов потребує не лише забезпечення стабільного їх функціонування, але й розробки такої системи управління підприємством, за якої негативний вплив чинників навколишнього середовища був незначним. Стабільність умов функціонування підприємства передбачає захист усіх форм власності, створення гарантій для ефективної підприємницької діяльності, надійність усіх елементів економічної системи, здатність до розвитку і прогресу, що забезпечує захист підприємства та його стійку економічну безпеку. Але безліч різних причин, серед яких: недосконалість нормативно-правової бази, слабкість адміністративного ресурсу, покликаною створити нормальні умови для розвитку бізнесу, криміналізація господарчого життя тощо, поставили українські підприємства в становище, коли вони вимушені приділяти значну увагу питанням забезпечення власної економічної безпеки зараз і в майбутньому [1].

У такому контексті особливо актуальними стають проблеми створення дієвих механізмів щодо підвищення економічної безпеки підприємств, оскільки ефективність функціонування останніх, особливо за умов нестабільної економіки, значною мірою визначається надійністю системи управління економічною безпекою промислового підприємства [2].

Забезпечення економічної безпеки повинне базуватися на таких принципах (рис. 1): системність (принцип ґрунтується на утворенні такої системи економічної безпеки, яка б забезпечувала захист у різних сферах її діяльності від будь-яких загроз); безперервність (принцип окреслює, що забезпечення економічної безпеки повинне бути побудовано таким чином, щоб підприємство могло в умовах, що постійно змінюються, при постійно змінному переліку загроз вчасно реагувати на них і вносило відповідні корективи); законність (принцип передбачає забезпечення економічної безпеки підприємства в рамках чинного законодавства); плановість (принцип базується на певній організованості, оскільки забезпечення економічної безпеки пов'язано з почерговим вирішенням конкретних задач); економність (принцип визначає, що вся робота пов'язана із забезпеченням економічної безпеки повинна бути направлена на розроблення заходів щодо ослаблення або ліквідації наслідків від загроз, що реалізувалися, з мінімальними витратами на здійснення цих заходів); взаємодія (принцип має на увазі тісний контакт з більшістю підприємствами й організаціями, підтримка яких може істотно вплинути на економічну безпеку підприємства); компетентність (принцип наголошує, що забезпечення економічної безпеки підприємства залежить від вирішення питань, які знаходяться на першому плані, отже, ці

питання життєво важливі для нього, тому вирішенням цих питань повинні займатися тільки професійні працівники, які мають уявлення про сутність проблеми, які уміють своєчасно оцінити обстановку і запропонувати правильний варіант вирішення проблеми) [3-4].



Рис. 1- Основні принципи забезпечення економічної безпеки підприємств

На наш погляд, головною метою забезпечення економічної безпеки є запобігання загрозам, забезпечення захищеності діяльності підприємства і досягнення поставлених цілей за допомогою вирішення таких завдань: виявлення реальних і прогнозування потенційних загроз; пошук засобів запобігання їм, ослаблення або ліквідації наслідків їх дії; забезпечення необхідними умовами для ефективної роботи власної служби економічної безпеки галузі.

Підсумовуючи, зазначимо, що незважаючи на інтенсивний розвиток теоретико-методологічного базису управління економічною безпекою підприємства, у цій галузі залишається багато проблем прикладного характеру, що не дістали належного вирішення і висвітлення та потребують подальшого розвитку і вдосконалення у науковому і практичному розрізах. Зокрема, розробка цілісної системи економічної безпеки підприємства; удосконалення діючого і розробка нового, адаптованого до сьогоденних умов механізму управління економічною безпекою підприємства з урахуванням концептуальних засад контролінгу; аналіз і систематизація загроз як зовнішнього, так і внутрішнього середовищ суб'єкта господарювання тощо. Тому окреслені вище питання вимагають подальшого дослідження.

Список літератури: 1.Ковалев Д. Экономическая безопасность предприятия / Д. Ковалев, Т. Сухорукова // Экономика Украины. – 1998. – № 10. – С. 48-51. 2.Тамбовцев В. Л. Экономическая безопасность хозяйственных систем: структура проблемы / В. Л. Тамбовцев // Вестн. Моск. ун-та. – М. : Экономика. – 1995. – № 3. – С.3. 3.Основи економічної безпеки / [О. М. Бандурка, В. Є. Духов, К. Я. Петрова, І. М. Червяков]. – Харків : Вид-во Нац. ун-ту внутр. справ, 2003. – 236с. 4.Кириченко А. А. Методологічні основи економічної безпеки суб'єктів господарювання в трансформаційній економіці / А. А. Кириченко, Ю. Г. Кім // Актуальні проблеми економіки. – 2008. – № 12 (90). – С. 53-65.

Р.О.Побережный, аспирант, НТУ «ХПИ», Харьков

АНАЛИЗ ВНЕШНЕЙ СРЕДЫ КАК НАЧАЛЬНЫЙ ЭТАП В ФОРМИРОВАНИИ СТРАТЕГИИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Формирование стратегии - это одна из функций управления, которая представляет собой процесс выбора целей организации и путей их достижения.

Слово “стратегия” произошло от греческого *strategos*, “искусство генерала”. Военное происхождение этого термина не должно вызывать удивления. Именно *strategos* позволило Александру Македонскому завоевать мир.

Стратегия представляет собой детальный всесторонний комплексный план, предназначенный для того, чтобы обеспечить осуществление миссии организации и достижение ее целей.

Основная общая цель предприятия - четко выраженная причина его существования - обозначается как его миссия. Цели вырабатываются для осуществления этой миссии.

Миссия детализирует статус предприятия и обеспечивает направление и ориентиры для определения целей и стратегий на различных организационных уровнях.

После установления своей миссии и целей руководство должно начать диагностический этап процесса стратегического планирования. Первым шагом является изучение внешней среды. Руководители оценивают внешнюю среду по трем параметрам:

1. Оценить изменения, которые воздействуют на разные аспекты текущей стратегии
2. Определить, какие факторы представляют угрозу для текущей стратегии фирмы.
3. Определить, какие факторы представляют больше возможностей для достижения общефирменных целей путем корректировки плана.

Анализ внешней среды представляет собой процесс, посредством которого разработчики стратегического плана контролируют внешние по отношению к предприятию факторы, чтобы определить возможности и угрозы для фирмы. Анализ внешней среды помогает получить важные результаты. Он дает организации время для прогнозирования возможностей, время для составления плана на случай возможных угроз и время на разработку стратегий, которые могут превратить прежние угрозы в любые выгодные возможности.

С точки зрения оценки этих угроз и возможностей роль анализа внешней среды в процессе стратегического планирования заключается по существу в ответе на три конкретных вопроса:

1. Где сейчас находится предприятие?

2. Где, по мнению высшего руководства, должно находиться предприятие в будущем?

3. Что должно сделать руководство, чтобы предприятие переместилось из того положения, в котором находится сейчас, в то положение, где его хочет видеть руководство?

Факторы внешней среды чаще всего классифицируют по следующим группам:

1. Экономические факторы. Некоторые факторы в экономической окружающей среде должны постоянно диагностироваться и оцениваться, т.к. состояние экономики влияет на цели фирмы. Это темпы инфляции, международный платежный баланс, уровни занятости и т.д. Каждый из них может представлять либо угрозу, либо новую возможность для предприятия.

2. Политические факторы. Активное участие предпринимательских фирм в политическом процессе является указанием на важность государственной политики для организации; следовательно, государство должно следить за нормативными документами местных органов, властей субъектов государства и федерального правительства.

3. Рыночные факторы. Рыночная среда представляет собой постоянную опасность для фирмы. К факторам, воздействующим на успехи и провалы организации, относятся распределение доходов населения, уровень конкуренции в отрасли, изменяющиеся демографические условия, легкость проникновения на рынок.

4. Технологические факторы. Анализ технологической среды может, по меньшей мере, учитывать изменения в технологии производства, применение ЭВМ в проектировании и предоставлении товаров и услуг или успехи в технологии средств связи. Руководитель любой фирмы должен следить за тем, чтобы не подвергнуться “шоку будущего”, разрушающего организацию.

5. Факторы конкуренции. Любая организация должна исследовать действия своих конкурентов: анализ будущих целей и оценка текущей стратегии конкурентов, обзор предпосылок в отношении конкурентов и отрасли, в которой функционируют данные компании, углубленное изучение сильных и слабых сторон конкурентов.

6. Факторы социального поведения. Эти факторы включают меняющиеся отношения, ожидания и нравы общества (роль предпринимательства, роль женщин и национальных меньшинств в обществе, движение в защиту интересов потребителей).

7. Международные факторы. Руководство фирм, действующих на международном рынке, должно постоянно оценивать и контролировать изменения в этой широкой среде.

Таким образом, анализ внешней среды позволяет организации создать перечень опасностей и возможностей, с которыми она сталкивается в этой среде. Для успешного формирования стратегии руководство должно иметь полное представление о существенных внешних проблемах.

Н.С.Полякова, асистент, Автомобільно-дорожній інститут ДВНЗ
«ДонНТУ», Горлівка

ШЛЯХИ ЕФЕКТИВНОГО УПРАВЛІННЯ ДЕБІТОРСЬКОЮ ЗАБОРГОВАНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВ ЖКГ РЕГІОНІВ НА ОСНОВІ ФОРМУВАННЯ КЛАСТЕРІВ

У сучасних умовах актуальним є вивчення особливостей формування дебіторської заборгованості підприємств житлово-комунальної галузі у кожному регіоні країни, простеження впливу характеристик платоспроможності споживачів на обсяги заборгованості й, внаслідок цього, згрупування регіонів з характерними рисами розвитку. Це дає змогу удосконалити та диференціювати підходи щодо управління формуванням дебіторської заборгованості галузі та її інкасацією.

Дебіторську заборгованість у галузі житлово-комунального господарства проаналізовано в працях Бражникової Л.М., Гури Н.О., Полуянова В.П., Юрченко І.О. Проблеми кластерного регіонального розвитку досліджували: Т. Андерсон, Н. Булатова, М. Войнаренко, О. Дьякова, М. Малий, Ю. Міхєєв, М. Портер, Г. Басаєв.

Метою дослідження є обґрунтування інструментів та методів управління дебіторською заборгованістю підприємств житлово-комунального господарства на підставі кластеризації регіонів країни в залежності від обсягу дебіторської заборгованості підприємств галузі та характеристик платоспроможності споживачів послуг.

Запропоновано застосування кластерного аналізу для поєднання у окремі кластери регіони зі схожими тенденціями взаємозв'язку показників дебіторської заборгованості, середньомісячної заробітної плати населення за рік, кількості пенсіонерів, рівня субсидування, безробіття. В результаті сформовано 6 кластерів. Наглядно об'єднання регіонів у кластери зображено на рис. 1.

Політика управління дебіторською заборгованістю житлово-комунальних підприємств передбачає ряд методів та інструментів управління, застосування яких запропоновано здійснювати для окремих категорій заборгованості із врахуванням характеристик платоспроможності споживачів (табл. 1).

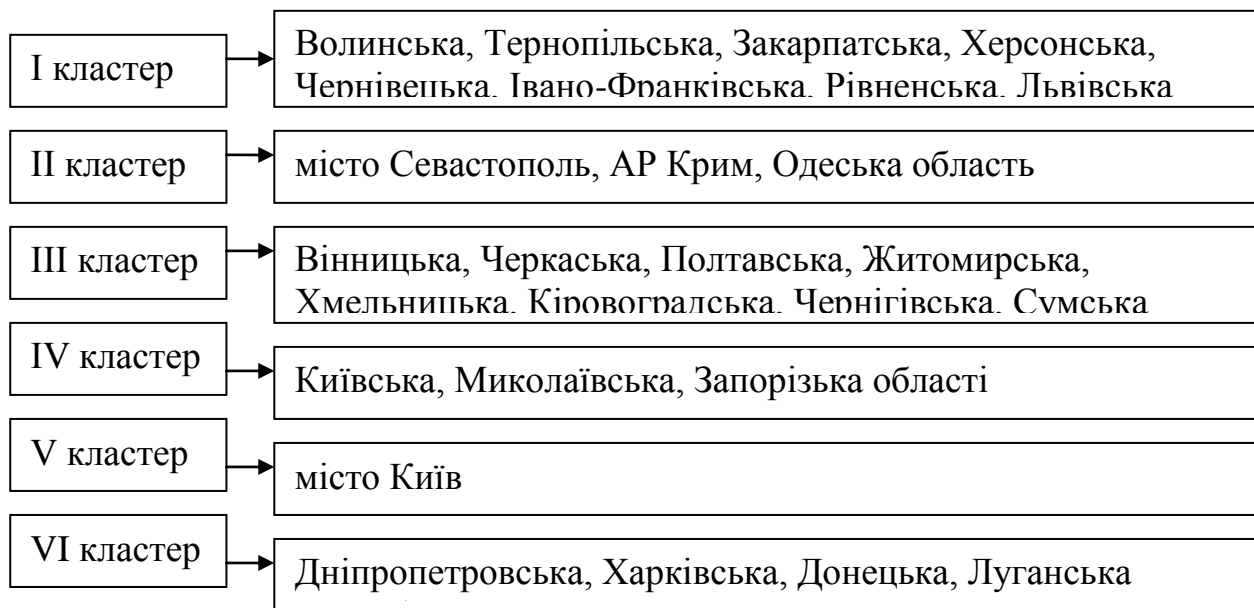


Рис. 1- Кластеризація регіонів країни за рівнем та факторами формування дебіторської заборгованості

Таблиця 1 – Методи та інструменти управління дебіторською заборгованістю підприємств галузі

Методи та інструменти управління		Використання у вітчизняній практиці
1. Якісний аналіз	- оцінка дебіторів	Використовується лише незначною кількістю підприємств. Доцільно застосування на підприємствах галузі з рівнем заборгованості від мінімального до максимального.
2. Планування грошових потоків	- коефіцієнти інкасації	Дістає розповсюдження на сучасних підприємствах. Рекомендовано використання у регіонах з рівнем заборгованості від мінімального до максимального.
3. Фінансові операції	- факторинг - фортфейтинг	Мало використовується через великий ризик. Необхідність застосування на підприємствах з середнім та високим рівнем заборгованості.
4. Інструменти управління	- зміцнення фінансової дисципліни - поліпшення претензійної роботи, вживання санкцій - реструктуризація - вдосконалення розрахунків - використання знижок	Доцільність застосування на житлово-комунальних підприємствах з різним рівнем заборгованості – від мінімального до максимального.

Для регіонів, яким притаманні мінімальний рівень заборгованості у поєднанні з мінімальними показниками середньомісячної заробітної плати, рівня надання субсидій, безробіття та невисокою кількістю пенсіонерів (III та I кластери), необхідно застосовувати попереджувальні заходи, помірні методи

управління формуванням та інкасацією заборгованості. Області країни з середніми та вище середніх рівнями характеристик платоспроможності (II та IV кластери) потребують середнього та сильного впливу методів повернення заборгованості із застосуванням санкцій, реструктуризації, продажу заборгованості. Регіони із максимальними показниками заборгованості (V та VI кластери) вимагають активного втручання в процес управління формуванням та інкасацією дебіторської заборгованості, застосування агресивних методів, вживання судових санкцій, факторингу, фортфейтингу, а в разі неможливості повернення боргів у повному обсязі – реструктуризації заборгованості, її списання. Система заходів управління дебіторською заборгованістю має врахувати подану кластеризацію з метою ефективної диференціації встановлення економічно обґрунтованих тарифів на послуги житлово-комунального господарства.

На основі проведеного аналізу встановлено, що наступним логічним кроком управління дебіторською заборгованістю підприємств житлово-комунального господарства є розробка моделі управління заборгованістю галузі з врахуванням особливостей розвитку регіонів, різноманітності соціально-економічного становища.

УДК 338.45

И. М. Посохов, к.е.н., доцент, «НТУ ХПИ», Харків

ТРАКТОВКА КАТЕГОРІЯ КОРПОРАЦІЯ В ЗАРУБІЖНИХ КРАЇНАХ

В США та Великобританії згідно законодавству до категорії «корпорація» відносяться організації, що володіють рядом ознак: наявність більше одного засновника компанії; наявність статусу юридичної особи; організація носить комерційний характер, тобто ставить своїм завданням отримання прибутку; безстрокове існування; централізоване управління через органи управління корпорацією; обмежена відповідальність засновників; вільний перерозподіл акцій (паїв) всередині організації [2, 3].

Сам термін «корпорацій» в англосаксонській системі права використовується дуже широко. Цим терміном завжди користуються, коли хочуть підкреслити, що будь-яка організація, яка називається «корпорацією», визначається як єдине ціле і може виступати учасником в цивільному обороті. Економісти і правознавці США під поняттям «підприємницька корпорація» розуміють правову форму бізнесу, яка відрізняється і відокремлюється від конкретних осіб, які ним володіють. Так, підприємницькому акціонерному товариству, як організаційній формі господарського корпоратизму, відповідає поняття «joint stock business corporations» [2]. Сучасні види корпорацій США наведено (в табл. 1).

Таким чином, в США поняття «корпорація» охоплює практично різні види юридичних осіб. Якщо в США і Англії поняття «корпорація» обов'язково пов'язано з акціонерним товариством, то в континентальній Європі це поняття набагато ширше.

В нього включаються крім акціонерних товариств маса інших юридичних осіб: різні види товариств (повні, командитні), господарські товариства (з обмеженою і додатковою відповідальністю), господарські об'єднання (концерни, асоціації, холдинги тощо), виробничі та споживчі кооперативи. Одночасно слід зазначити, що не у всіх країнах континентальної Європи термін «корпорація» має законодавче закріплення. Наприклад, у Франції термін «корпорація» не використовується взагалі, а юридичні особи поділяються на товариства та асоціації. У Німеччині більш поширені картелі і концерни, в Англії і США - холдингові компанії. В даний час відбувається процес укрупнення корпорацій. Якщо раніше їх інвесторами виступали тільки громадяни, то зараз у багатьох країнах поширеним є участь в них інших юридичних осіб. Це дало можливість створювати «суперкорпорації» (ТНК).

Таблиця 1- Види корпорацій США в залежності від цілей корпорації

Публічні корпорації (public corporation)	Створюються для здійснення окремих урядових функцій (наприклад, корпорації з комплексного використання природних ресурсів, муніципальні корпорації в галузі місцевого самоврядування), які включають державні та муніципальні органи. Акції таких підприємств належать державі.
Напівпублічні корпорації (quasi-public corporation)	Служать загальним потребам населення, наприклад корпорації в області постачання населення газом, водою, електрикою та ін. До цього числа корпорацій включають також підприємства, пов'язані з державною формою власності (підприємства оборонного, космічного комплексу та ін.) Акції таких підприємств також належать державі.
Підприємницькі корпорації (business corporation)	Утворюються виключно з метою отримання прибутку. Підприємницькі корпорації – комерційні організації у формі акціонерних товариств. Серед підприємницьких корпорацій судовою практикою легалізована так звана закрита корпорація (close corporation). Особливості її статусу полягають в наступному: обмежена чисельність акціонерів; заборона особистої підписки на акції; обмеження свободи передачі акцій. Необхідно зазначити, що закрита корпорація американського права майже повністю збігається з відомим вітчизняним правом закритих акціонерних товариств.
Непідприємницькі корпорації (nonprofit corporation)	Основною метою яких не є отримання прибутку. До таких корпорацій відносяться: релігійні організації, корпорації в галузі освіти.

Складено автором на основі джерела [1]

Незважаючи на різні підходи до поняття корпорації, ні в Англії, ні в США, згідно із законодавством, товариства як організаційно-правова форма здійснення підприємницької діяльності не відносяться до числа корпорацій.

У Німеччині термін «корпорація» найчастіше є позначенням юридичної особи, яка являє собою об'єднання з чітко вираженою самостійністю по відношенню до своїх учасників. Корпораціями в чистому вигляді є акціонерні товариства та товариства з обмеженою відповідальністю, їх правовий статус визначається спеціальними законами - Законом про акціонерні товариства 1965 р. і Законом про товариства з обмеженою відповідальністю 1892 р., незважаючи на це, єдиного розуміння корпорації в Німеччині немає.

Є.П. Губин і П.Г. Лахно вважають, що «за наявності певних історичних особливостей і традицій правового регулювання у всіх правових системах» корпорація «розглядається як штучна правова конструкція, що володіє особливостями, що відрізняється її від інших форм підприємницької діяльності» [5]. Вони вважають, що поняття корпорація в країнах континентального права значно ширше, ніж у Великобританії та США.

Згідно з прийнятою в багатьох європейських країнах континентальною правовою системою, корпорацією визнається така юридична особа, вигоди від діяльності якої отримують всі її учасники. При деяких відмінностях у правовій базі розвинутих країн корпоративна форма підприємництва має спільні риси. У країнах англосаксонської правової системи термін «корпорація» – синонім юридичної особи. Таким чином, корпорація історично виникла і отримала подальший розвиток як синонім юридичної особи і на сучасному етапі розвитку розглядають корпорацію, як організаційно-правову форму підприємництва. На певному етапі історичного розвитку персональні об'єднання (товариства) перестали відповідати вимогам економічного обороту. Складні господарські зв'язки зажадали створення такого об'єднання, яке має бути певною мірою відокремлено як від складу учасників, так і від їхньої волі. Іншими словами, замість об'єднання осіб виникає нове обличчя, створене об'єднанням осіб, - юридична (моральна) особа, або корпорація.

Література. 1. *Голікова Т.В.* Розвиток муніципального корпоратизму в Україні // Економіка і прогнозування. – 2004. - №3. – С. 71. 2. *Євтушевський В.А.* Стратегія корпоративного управління: [монографія] / В.А. Євтушевський, К.В. Ковальська, Н.В. Бутенко. - К.: Знання, 2007. - 287 с. 3. *Економіка* / Под ред. *А.С. Булатова*. — М.: Инфра-М, 2010. — 896 с. 4. *Бернам У.* Правовая система США. М., 2006. С. 909 - 925. 5. *Предпринимательское право Российской Федерации* / Под ред. Е.П. Губина, П.Г. Лахно. М.: Юристъ, 2005. С. 187.

УДК 338.59:339.342

Й.С.Ситник, канд. екон. наук, доцент, НУ «Львівська політехніка», Львів

ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ІНТЕЛЕКТУАЛІЗАЦІЇ СИСТЕМ МЕНЕДЖМЕНТУ ПІДПРИЄМСТВА

Тенденції світової економіки свідчать про динамічне зростання ролі «людського фактора», цінності інтелекту, людських якостей та інтелектуальної

культури. Актуальним завданням менеджменту підприємств в умовах сьогодення є оцінювання перспектив і наслідків, зумовлених процесом інтелектуалізації економіки. Водночас, варто визначити і проаналізувати новітні тенденції та передумови інтелектуалізації систему менеджменту підприємств.

Еволюція розвитку менеджменту як науково обґрунтованої та якісно побудованої системи управління підприємством, свідчить про постійний вплив на основні норми та засади менеджменту динамічного розвитку цивілізаційних процесів, нового світобачення людини, технологічно-інформаційного середовища. З огляду на це, нова парадигма менеджменту підприємств буде змінюватись у напрямку розкриття інтелектуального потенціалу всіх працівників, а особливо керівників, формування належного середовища для всебічного набуття та реалізації їх здібностей, компетенції, і як наслідок інтелектуалізації систем менеджменту.

Передумовою інтелектуалізації систем менеджменту підприємства є інтелектуалізація суспільства, яка визначається як цілеспрямований процес радикального розширення масштабів і покращення використання знань (семантичної інформації), підвищення творчих можливостей соціальних систем усіх видів і рівнів, створення соціальних і технологічних передумов для найліпшого використання інтелекту кожної особистості й сукупного інтелекту.

Інтелектуалізація систем менеджменту неодмінно призведе до нового теоретичного обґрунтування поділу праці на підприємстві, як за рівнями управління так і за виконуваними функціями на цих рівнях. З огляду на процеси інтелектуалізації систем менеджменту підприємства, класична форма піраміди, яка демонструє взаємозалежність рівнів управління та чисельності управлінців зазнає функціональних трансформацій. Підтвердимо цю гіпотезу такими аргументами:

1. Розвиток інтелектуальної активності, спрямований на саморозвиток та самореалізацію особистості в суспільстві і, як наслідок в соціально-економічній системі.

2. Інтелектуальна діяльність персоналу характеризуватиметься такими ознаками: високий рівень креативності; кваліфікаційна складність (інтегрованість); усвідомлення цілей своєї активності; передбачення результатів своєї діяльності; швидке створення новизни (знань); висока мобільність (вертикальна і горизонтальна) та комунікабельність; інформація і знання стають основним засобом заробітку, формується тип працівника (менеджера) зайнятого «інформаційною» професією.

3. Динамічне розширення використання інтелектуальних інформаційних технологій, які формують універсальну технологічну базу для всіх видів діяльності.

4. Перехід від диференціації інформації між рівнями управління до її диверсифікації знань.

Отже, інтелектуалізація сформує нові вимоги (стандарти) до комунікативної взаємодії персоналу, інформаційних технологій та інформації

так, що управлінський рівень у його класичному розумінні буде трансформовано в інтелектуально-посередницький рівень із функціями координації. А класичні функції представників управлінського рівня (забезпечення реалізації політики функціонування підприємства, розробленої вищим керівництвом, відповідальність за доведення деталізованих завдань до підрозділів та їх виконання) в частині власне, управління (командно-розпорядчі рішення) у певній пропорції (орієнтовно 30:70), перейдуть до інституційного та технічного рівнів управління. Тобто, операційні управлінці володіючи належними інтелектуальними навиками і знаннями, забезпечені новітніми технологіями пошуку і оброблення інформації, на основі добре налагоджених комунікацій із інституційним рівнем управління та координовані інтелектуально-посередницьким рівнем, будуть спроможні без додаткових управлінських рішень забезпечувати реалізацію політики функціонування підприємства, виконувати завдання, реалізовувати цілі підприємства.

Ключовим завданням інтелектуально-посередницького рівня стане пошук, нагромадження, підбір потрібних для діяльності підприємства інтелектуальних ресурсів та управління ними в такий спосіб, щоб розкрити їх інтелектуальний потенціал, сформувати інтелектуальний капітал, тобто він стане ядром інтелектуального супроводу в системі менеджменту підприємства.

Рух у напрямку інтелектуалізації систем менеджменту підприємства є вимогою часу, ігнорування цього процесу означатиме зниження конкурентоспроможності на ринку, зростання витрат виробництва, неспроможність швидкого впровадження інновацій тощо.

Інтелектуалізація систем менеджменту підприємства потребує належного теоретико-методологічного обґрунтування, зокрема, розроблення концепції інтелектуалізації, яка має бути орієнтованою на такі основні аспекти діяльності підприємства: межі досліджуваного об'єкта; функціональне призначення підприємства (вид економічної діяльності), а також його структурні підрозділи; критерії і принципи функціонування, включаючи механізму розвитку; види і різновиди поділу праці, спеціалізації менеджерів, виконавців, умови інтеграції та кооперації структурних підрозділів тощо; вхідні управлінські дії і потоки інформації на кожному рівні управління; системи вхідних ресурсних потоків і регуляторів їх перетворення; вихідні продуктові потоки; комунікації прямих і зворотних зв'язків між суб'єктом і об'єктом управління.

УДК 65.015.13

С.І.Тарасенко, доцент, канд. екон. наук, Дніпродзержинський державний технічний університет, Дніпродзержинськ

ПРОЕКТНИЙ ПІДХІД В СУЧАСНОМУ МЕНЕДЖМЕНТІ

Сучасний розвиток економіки характеризується стрімкими змінами у зовнішньому середовищі, підвищенням вимог ринку до організацій, що на

ньому працюють, зростанням проблем інтеграції як різних компаній, так і різних видів діяльності у ході вирішення актуальних завдань. Все це вимагає адекватної реакції організацій для забезпечення постійної відповідності змінам, що можливо лише за умови використання сучасних підходів, в першу чергу, в управлінні процесами досягнення їх цілей. Інструментом у цій справі має стати проектний менеджмент, який набуває все більшого поширення в управлінській практиці в різних сферах. В першу чергу, це стосується проектно-орієнтованих галузей, якими, наприклад, є будівництво, крупне машинобудування (ракето-, літако-, суднобудування), діяльність в сфері реклами, консалтингу, розробок, зокрема програмного забезпечення. Втім, по суті, сьогодні діяльність кожної організації, окрім поточної, представляє собою комплекс заходів, спрямованих на формування та розвиток конкурентних переваг в змінюваному середовищі. Кожен з таких заходів має розглядатись як проект, для якого властиві такі риси як: спрямованість на досягнення конкретної мети; базування на координованому виконанні пов'язаних між собою дій; обмеженість у часі виконання, визначеність певної дати початку і закінчення; наявність певного бюджету; певною мірою неповторність, унікальність. Саме остання риса є найважливішою, адже саме інноваційні підприємства мають більше шансів на отримання довгострокових конкурентних переваг. Між тим, за допомогою проектного підходу можна досягти значного підвищення ефективності і в тих сферах, де діяльність побудована на основі регулярних бізнес-процесів.

Як свідчить практика розвитку глобальних компаній (IBM, HP, Alstom, Siemens, DT та і.) стиль корпоративної культури на основі проектного управління в сучасних умовах є гарантією високої конкурентоспроможності в будь-якій сфері діяльності. Тому формування такого стилю є актуальною проблемою як для підприємств та бізнесу України, так і для держави.

Про визнання методології проектного менеджменту у світі свідчить існування Міжнародної Асоціації управління проектами (IPMA), яка була заснована в Європі в 1967 р. як об'єднання декількох національних асоціацій проектного управління. IPMA й сьогодні зберігає федеральну структуру і зараз складається з членів-асоціацій на кожному континенті за виключенням Антарктиди. У складі членів Асоціації є, зокрема, Українська асоціація управління проектами УКРНЕТ. Національні стандарти з управління проектами мають США, Велика Британія, Німеччина, Швейцарія, Франція, Австралія, Канада, Японія, Китай, ПАР, Індія, Південна Корея. Існує ряд стандартів з розширеною географією застосування. Перший стандарт, що свідчить про визнання проектного підходу на державному рівні, розроблений і в Україні. Це діючий Стандарт Міністерства фінансів України «Управління інноваційними проектами та програмами. Методологія» (МФУ 75.1 - 00013480 - 29.12:2010). Стандарт містить методологічні підходи до управління проектами і програмами. Метою впровадження стандарту визначено формування нових компетенцій у співробітників, які братимуть участь у реалізації функцій, завдань, проектів і програм Міністерства. Введення стандарту в дію обумовлене

орієнтацією на інноваційний розвиток економіки, реформуванням системи державного управління.

Однак на рівні вітчизняних організацій використання проектного підходу з його опрацьованою методологією є скоріше виключенням, ніж нормою. Причини в тому, що топ-менеджери не усвідомлюють усіх можливостей застосування повноцінного проектного управління. Персонал незнайомий з основами управління проектами, а використання послуг організацій-професіоналів у сфері управління проектами коштує досить дорого.

Розвиток культури управління проектами у вітчизняному бізнесі та некомерційній сфері з використанням сучасних методів та інформаційних систем можливий лише за умови системної підготовки професійних сертифікованих проектних менеджерів, які б володіли різними аспектами методології управління проектами та могли вирішувати завдання від обґрунтування здійсності проекту, побудови програм розвитку організацій та бізнес-планів, моніторингу та контролю реалізації проекту, до формування технологічно зрілих у галузі управління проектами компаній. Сертифікація таких фахівців дозволяє затвердити єдині підходи до проектного менеджменту: професійну термінологію, теоретичні знання та практичні інструменти.

Вимоги до проектного менеджера є різноплановими та можуть бути розділені на ряд категорій: навички загального менеджменту, специфічні знання та навички проектного управління, знання галузевої специфіки конкретного проекту, особисті якості (відповідальність, націленість на результат, лідерські якості, комунікативність, аналітичні здібності, вміння приймати рішення, організованість та гнучкість). Основні відміни його від функціонального менеджера полягають у тому, що проектний менеджер: має унікальну у кожному проекті мету; керує проектом, який є обмеженим у часі, керує тимчасовою командою, кожен з працівників якої має двох керівників (функціонального та проектного); має різнопрофільних фахівців у своєму підпорядкуванні, а сам може не бути спеціалістом у предметній галузі проекту, по закінченні проекту може виявитись «тимчасово безробітним»; кар'єра його головним чином «горизонтальна» і передбачає лише ускладнення проектів, якими він керує; його головна мотивація – винагорода за результатами проекту.

Таким чином, змінити ситуацію з використанням проектного підходу з його повноцінною реалізацією можливо після усвідомлення власниками та керівниками вітчизняних організацій перспектив застосування методології проектного менеджменту у забезпеченні конкурентних переваг організації та національної економіки в цілому та шляхом широкої підготовки фахівців у сфері управління проектами.

В.В.Шевченко, к.э.н., доцент, Донецкий национальный технический университет, Донецк

ПУТИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ИГР ДВУХ ЛИЦ ДЛЯ РЕШЕНИЯ ПРОБЛЕМ УПРАВЛЕНИЯ В ЭКОНОМИКЕ

Математический аппарат теории игр прочно вошёл в экономическую науку, а методы данной теории считаются одними из наиболее перспективных в развитии таких направлений, как менеджмент, теория организаций, теория принятия решений и др. Несмотря на широкое использование аппарата теории игр в экономических исследованиях, потенциал данного направления далеко не исчерпан. По мнению ряда учёных теория игр не оправдала ожиданий от её применения для решения экономических задач. Подобное состояние дел можно объяснить следующими причинами: а) теорию игр критикуют за то, что её использование на наиболее проработанном уровне игры двух лиц приводит к тривиальным результатам; б) решение той или иной экономической задачи зачастую стараются свести к какой-либо одной типовой задаче из теории игр; в) успешное использование аппарата теории игр при решении задач управления предприятиями и организациями в значительной степени зависит от того, насколько точно и объективно определены и сформулированы цели и задачи отдельных участников игры – участников экономических отношений.

В статье предполагается использовать усовершенствованный подход формализации принятия решения, который позволит углубить понимание и обоснованность принятия решения в игре двух лиц. Для игр двух лиц с нулевой суммой можно сделать следующие общие выводы: а) всё множество возможных решений расположено на линии, симметричной относительно точки, которая является ценой игры; б) если множество решений игры расположено симметрично относительно точки начала координат $O(0, 0)$, то цена игры будет равна нулю; в) если один из игроков находится в более выгодном положении, то цена игры будет отлична от нуля (со знаком «+» - для победителя, и со знаком «-» - для проигравшего).

Для игр, которые имеют «седловую точку», можно сделать следующие выводы:

1. При наличии «седловой точки» всегда есть один «доминирующий игрок». Понятие «доминирующего игрока» впервые вводится в данной статье. Данное понятие тесно связано с понятием «доминирующей стратегии». Сущность «доминирующей стратегии» заключается в том, что она может быть представлена в векторе предпочтений игрока как устойчивая последовательность, включающая в себя только одну стратегию. При этом двойное доминирование в игре с нулевой суммой невозможно.

2. Так как второй игрок не имеет (и не может иметь) собственной доминирующей стратегии, то он будет находиться в положении «пассивно

соглашающейся стороны», которая выбирает свою стратегию вынужденно, по принципу – «выбираю лучший вариант из худшего».

3. В игре, в которой один участник является доминирующим игроком, может возникнуть проблема, связанная с целесообразностью обмана «недоминирующего игрока». Доминирующий игрок имеет реальную заинтересованность в том, чтобы его соперник выбрал стратегию, отличную от оптимальной (что автоматически приведёт к увеличению выигрыша «доминирующего игрока»).

4. «Недоминирующий игрок» не имеет возможности воздействовать на «доминирующего игрока» (за исключением предложения увеличить собственный проигрыш за «соответствующее вознаграждение»).

5. Рассмотренные выше выводы полностью соответствуют случаю, когда выбор той или стратегии стороны в игре осуществляют одновременно. Ошибка в ходе игры (и, соответственно, ухудшение результатов деятельности) свидетельствует только о том, что кто-то из игроков имеет недостаточный объём информации об исходах игры.

6. Если игра предполагает поочерёдную последовательность ходов, что это в значительной степени увеличивает количество возможных исходов. При этом на первое место выходит проблема принятия эффективного решения в условиях большого количества возможных исходов. В этом случае качество принятого решения будет зависеть от таких факторов, как:

- 1) уровень знаний и опыт менеджера;
- 2) возможность использовать ошибки противоположной стороны;
- 3) качество информационного обеспечения руководителей, на которых возложена обязанность принимать решения.

Таким образом, можно утверждать, что в случае игры с нулевой суммой и наличием «седловой точки» основными задачами управления являются: а) сбор информации и выявление всех возможных альтернативных вариантов принятия решения; б) оценка эффективности существующих вариантов решения; в) выбор эффективного решения (оптимальной стратегии); г) осуществление контроля за выполнением принятого решения, дополнительная проверка его оптимальности.

В случае, когда игра не имеет «седловой точки», действующий аппарат теории игр предполагает использование так называемых смешанных стратегий. Смешанные стратегии предполагают, что после того, как будет найдено оптимальное сочетание различных стратегий, игрок, основываясь на каком-либо случайном выборе, будет назначать те или иные стратегии в установленном оптимальном соотношении.

Таким образом, если возникает игра со смешанными стратегиями, то для разрешения возможных конфликтов можно использовать следующие подходы: а) предоставление сторонам поочерёдного права на первый ход; б) изменение условий игры с целью создания «седловой точки»; в) пересмотр правил игры таким образом, чтобы перевести игру из категории игры с нулевой суммой в игру с ненулевой суммой.

Последний путь является наиболее предпочтительным для экономических систем.

УДК 658.7:339.17

М.Б.Шевчун, асистент Київського національного торговельно-економічного університету, Київ

СИСТЕМНИЙ ПІДХІД ДО УПРАВЛІННЯ ЛОГІСТИЧНИМИ ПРОЦЕСАМИ НА ТОРГОВЕЛЬНОМУ ПІДПРИЄМСТВІ

Останнім часом все більша кількість українських компаній застосовує системний підхід до побудови бізнес-процесів і приділяє пильну увагу будові логістичних процесів. Аналітики пов'язують це із становленням структури багатьох товарних ринків, посиленням конкуренції. Впровадження інтегрованої системи логістики в сучасних умовах є важливим чинником забезпечення конкурентоспроможності і дає відчутний економічний ефект.

Різним аспектам теорії і практики логістики присвячено праці таких вітчизняних та зарубіжних вчених як О.М. Азарян, В.Н. Амітан, Л.В. Балабанова, Г.І. Брітченко, М.Ю. Григорак, А.Г. Кальченко, Є.В. Крикавський, Р.Р. Ларіна, М.А. Окландер, В.Л. Пілюшенко, О.М. Тридід, Дж. Бушер, Д. Клосс, Дж. Хескетт та ін., але ряд питань щодо управління логістичними процесами на торговельних підприємствах до цього часу не достатньо відображені у науковій літературі.

Логістика є системою управління матеріальними та інформаційними потоками, яка дозволяє компанії мінімізувати витрати. Об'єктом застосування логістичного підходу може бути будь-яка діяльність, де сукупність процесів або подій, має альтернативну послідовність у просторі і в часі. З точки зору автора логістика охоплює діяльність підприємства як на рівні окремих процесів, так і на рівні координації всіх структур, займається напрямом, упорядкуванням і розподілом продукції від виробника до кінцевого споживача, враховуючи рентабельність, результативність, ефективність системи в цілому.

Що ж таке логістичний процес? Можна стверджувати, що логістичний процес — послідовність логістичних операцій, яка упорядкована в часі та спрямована на забезпечення споживача продукцією відповідного асортименту й якості в необхідній кількості в необхідне місце і час.

Слід зазначити, що логістичний процес є інтегрованою структурою, в рамках якої організація об'єднує зусилля зі своїми постачальниками, щоб ефективно довести продукцію до своїх споживачів. Суть аналізу логістичних процесів зводиться до таких положень:

- вартість товару формується впродовж всього терміну здійснення логістичних процесів, позначаючись критичним чином тільки на останній стадії - стадії продажу кінцевому споживачу;

- на вартості товару у пункті конкретного продажу критичним чином позначається загальна ефективність операцій на всіх стадіях логістичного процесу;
- найбільш керованими, з погляду вартості, є початкові стадії виробництва товару, а найчутливішими — останні стадії продажу.

Управління логістичним процесом, перш за все, дозволяє синхронізувати операції, зв'язуючи різномірні бізнес-одиниці в струнку керовану систему, направлену на ефективне задоволення вимог кінцевого споживача. Виходячи з цього, під час проходження логістичних процесів особлива увага повинна приділятися скороченню тих видів діяльності, робіт, операцій, процедур, які не служать створенню доданої вартості, щоб скоротити витрати в цілому.

Мета кожного торговельного підприємства — забезпечити доставку потрібних товарів у належне місце в потрібний час і з мінімальними витратами. На жаль, логістична система не спроможна одночасно забезпечити максимальний сервіс для клієнтів та скорочення до мінімуму витрат на розподіл товару. Максимальний сервіс передбачає зберігання великих товарно-матеріальних запасів, бездоганну систему транспортування та наявність багатьох складів, а все це сприяє зростанню витрат на розподіл. Аналізом встановлено, що для зменшення витрат необхідні: раціональна система транспортування, зберігання незначних товарно-матеріальних запасів та наявність невеликої кількості складів.

Внутрішнє та зовнішнє середовище торговельного підприємства складається зі значної сукупності елементів і факторів, що впливають на логістичні процеси. Зовнішні фактори (загальноєкономічні тенденції, ринкова кон'юнктура, законодавство, податкова політика тощо) впливають на логістичні процеси переважно опосередковано. Однак деякі фактори зовнішнього середовища мають і безпосередній вплив на логістичні процеси торговельного підприємства, наприклад, зміни правил у митній або транспортній галузі.

Внутрішні чинники, що впливають на ефективність управління логістичними процесами тією чи іншою мірою є підконтрольними. Слід відзначити, що внутрішні фактори впливу на логістичні процеси також взаємопов'язані. Отже, вплив на один з них може відбиватися на функціонуванні всієї логістичної системи. Ефективне управління логістичними процесами полягає, певною мірою, саме у визначенні, вимірюванні впливу цих факторів для того, щоб поєднати їхню позитивну дію та мінімізувати негативну. Ефект синергії позитивних факторів повинен спрямовуватись на досягнення поставлених оперативних, тактичних і стратегічних цілей. У цьому полягає основний науковий і практичний сенс визначення та виміру факторів ефективності управління логістичними процесами торговельних підприємств.

Отже, стає очевидним, що реалізація стратегії торговельного підприємства та, відповідно, досягнення цілей, що стоять перед ним, відбувається у сформованому логістичному середовищі, що потребує удосконалення логістичних процесів на основі системного підходу. Основним завданням таких процесів має стати дослідження та організація комплексу

логістичної діяльності торговельного підприємства в технологічному та управлінському аспектах, які необхідно здійснювати як на мікроекономічному рівні, так і на макроекономічному рівні, коли торговельне підприємство виступає як ланка інтегрованої логістичної системи, взаємодіючи з виробниками, логістичними операторами і споживачами під час товаропросування.

5 УПРАВЛІННЯ ЛЮДСЬКИМИ РЕСУРСАМИ ТА РОЗВИТОК ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОГО ПОТЕНЦІАЛУ

DEVELOPING INDIVIDUAL AND ORGANIZATIONAL ENVIRONMENTAL COMPETENCE*

László Berényi, PhD

University of Miskolc, Hungary, szvblaci@uni-miskolc.hu

Competence is the ability to perform a job or activity properly. The European Reference Framework defines the key competences of life long learning. These are communication in mother and foreign languages, mathematical competence and basic competences in science and technology, digital competence, learning to learn, social and civic competence. Sense of initiative and entrepreneurship are the ability to turn ideas into action and -cultural awareness and expression close the line.

Developing environmental competence is an important challenge in order to achieve a higher level of sustainable development. Environmental competence of individuals and organizations shall be harmonized because the global problems in the world are common. I built up a comprehensive model that allows us to evaluate and to establish development actions for environmental consciousness. This model covers enabler factors (personality, knowledge, patterns, attitudes) and modifiers (evaluation of recent situation, perception, motivation). The model is based on the logic of general decision making and it includes the process of learning.

Environmental competence gives only one area of our research work. It is a horizontal competence i.e. it shall be integrated into operational and strategic thinking and actions. Attila Varga analysed the environmental competence in harmony with the eight EU key-competences. His explanation is obvious and it justifies the accuracy of the concept that environmental competence has a horizontal characteristic. Without the competence of communication we are unable to express our ideas neither in oral nor in written form. Of course we can not acquire the environmental aspects and information without communication. Communication in foreign language spreads the possibilities. Mathematical and scientific competences are necessary because there are natural and mechanical processes and events in the background of environmental pollution and problems.

The paper summarizes some presumptions, theoretical and empirical background of my work. This research was carried out as a part of the TAMOP-4.2.1.B-10/2/KONV-2010-0001 project with support by the European Union, co-financed by the European Social Fund. I used my experiences of former project to be able to establish a reasonable solution.

Environmental knowledge and attitudes are highlighted in this paper. I believe that the level of environmental knowledge and attitudes determines the performance on individual and business

level as well. I compiled a test based on the elementary schools learning materials. My diagnosis is distressing. The results show that there is a huge lack in the knowledge of adults. I concluded that:

- In general the level of environmental knowledge is quite poor but the results depend on the scientific area.
- I hypothesised the higher level of knowledge in one science correlates with the level of other sciences, but my analysis confuted it
- There is no significant attachment between the factors of knowledge and attitude. This means that they can be developed independently.

Developing environmental consciousness, especially harmonizing the individual and organizational competences is quite difficult but very important. Sustainable development may be the key of future and it is preferred by many international institutions. There are lacks and problems of building stones but from another point of view we know the first challenges. The comprehensive approach and model help making the future better by management and education toolset.

Environmental competence is only a part in our research work. We are to succeed a general model of competences. My next challenge is placing the environmental aspects in our other models and in competence evaluation. This is necessary because business and engineering thinking handle sustainability as a horizontal additive to functional questions. As a result of the progress I hope that we can give comprehensive map of organizational and individual competences.

УДК 351.522.4:330.131.7(477)

Б.Й.Білоус, викладач, Івано-Франківський інститут менеджменту
Тернопільського національного економічного університету, Івано-
Франківськ

АНАЛІЗ ПОПИТУ НА ВАКАНТНІ ПОСАДИ ЕКОНОМІЧНО АКТИВНОГО НАСЕЛЕННЯ У КАРПАТСЬКОМУ РЕГІОНІ ТА В УКРАЇНІ: ПОРІВНЯЛЬНИЙ АСПЕКТ

В умовах сьогодення ринок праці характеризується виникненням і розвитком різноманітних суперечностей, зокрема, що стосуються проблеми зайнятості населення й високим рівнем навантаженості незайнятого населення на одне вільне робоче місце.

За останнє двадцятиріччя для більшості країн СНД характерним є стрімке зростання безробіття, що породжує попит незайнятого населення на вільні вакантні робочі місця. Зниження рівня зайнятості населення й посилення напруги на ринку праці спричинює дисбаланс між попитом і пропозицією робочої сили й не сприяє підвищенню добробуту населення країни та її регіонів.

Вагомий доробок вітчизняної науки щодо питань розвитку і формуванню вітчизняного ринку праці знайшло своє відображення у працях відомих вчених-економістів Бандур С. [1], Богині Д. [2], Гавріліна А. [3] Колота А. [5 - 6] Пашкова А. [7], Петрова І. [8], Фагеевко Н. [9]. та ряду інших дослідників з даної проблематики.

Аналізуючи динаміку рівня попиту робочої сили на вільні вакантні посади в Україні у 2000-2010 роках, спостерігаємо не стійку й неоднозначну ситуацію на ринку праці в останнє десятиріччя.

Аналізуючи ситуацію на ринку праці в Україні щодо формування попиту незайнятого населення на одне вільне робоче місце у 2000-2010 роках, спостерігаємо деяку позитивну тенденцію щодо скорочення кількості осіб-претендентів на одне вільне робоче місце в 2010 році відносно 2000 року на – 47,1% та в порівнянні з 2005 роком у 2010 році навантаження на одне вакантне робоче місце в державі зросло у 1,8 разу.

Таблиця 1- Навантаження незайнятого населення на одне вільне робоче місце (вакантну посаду) в Карпатському регіоні у 2000 – 2010 роках

Регіони	Роки						2010 рік в % до:	
	2000	2005	2007	2008	2009	2010	2000 р.	2005р.
Україна	17	5	4	10	8	9	52,9	180,0
В середньому по Карпатському регіоні	59	13	12	29	34	32	54,2	246,2
% до України	305,9	280,0	375,0	360,0	650,0	500,0		
Закарпатська	58	8	9	21	19	15	25,9	187,5
% до Карпатського регіону	111,5	57,1	60,0	58,3	36,5	33,3		
% до України	341,2	160,0	225,0	210,0	237,5	166,7		
Івано-Франківська	46	17	20	48	81	74	160,9	4,4 р.б.
% до Карпатського регіону	88,5	121,4	133,3	133,3	155,8	164,4		
% до України	270,6	340,0	500,0	480,0	101,3	822,2		
Львівська	74	11	8	20	12	22	29,7	2 р.б.
% до Карпатського регіону	88,5	121,4	133,3	133,3	155,8	164,4		
% до України	270,6	340,0	500,0	480,0	10,1 р.б.	822,2		
Чернівецька	56	15	11	25	25	16	28,6	106,7
% до Карпатського регіону	107,7	107,1	73,3	69,4	48,1	35,6		
% до України	329,4	300,0	275,0	250,0	312,5	177,8		

Примітка: розраховано на основі [4, с.182].

Проводячи аналіз ситуації на ринку праці в Карпатському регіоні щодо формування попиту на робочу силу, де рівень навантаження незайнятого населення на одне вакантне робоче місце в 3 рази перевищує даний показник по регіоні. Так, попит незайнятого населення на одне вільне робоче місце в Карпатському регіоні становив в 2000 році – 59 осіб, в 2005 році – 13 осіб, в 2007 році – 12 осіб, в 2008 році – 29 осіб, в 2009 році – 34 особи, в 2010 році

– 32 особи. Аналогічна тенденція щодо прояву позитивних і негативних аспектів на ринку праці має місце в Карпатському регіоні, де у порівнянні 2010 року з 2000 роком – на 45,8% зменшилось навантаження працівників на одне вільне робоче місце у порівнянні з вищезгаданим роком та зросло у 2,5 разу в порівнянні з 2005 роком.

Здійснюючи аналіз розбіжностей, які мають місце при аналізі Карпатського регіону в розрізі областей, що входять до його складу, то варто зазначити, що “лідером” за рівнем навантаження незайнятого населення на одне вакантне робоче місце у 2010 році є Івано-Франківська область. В даній області рівень навантаження незайнятого населення на одне вільне робоче місце становить 74 особи. Відносно інших областей, які входять до Карпатського регіону рівень навантаження робочої сили в даній області на одне робоче місце майже в 5 раз більше ніж в Закарпатській області, в 4,6 разу та в 3,4 разу перевищує аналогічний показник по Чернівецькій та Львівській областях відповідно, що вказує на високий рівень безробіття незайнятого економічно активного населення, яке є в пошуках місця роботи.

Таким чином, аналіз тенденцій розвитку і формування вакантних робочих місць в Україні і в Карпатському регіоні дає підстави вести мову про високий рівень безробіття в даному регіоні, що значно перевищує середній показник по Україні. Збільшенню кількості робочих місць населення має сприяти відповідна політика державних і місцевих органів влади на відповідних ієрархічних рівнях, яка має бути спрямована на зменшення рівня безробіття населення в національному та регіональному аспекті

Список використаної літератури: 1. Бандур С.І. Система пріоритетів державної політики зайнятості в парадигмі формування інноваційної моделі розвитку економіки України / С.І. Бандур // Ринок праці та зайнятість населення. – 2008. – №1. – С.10-15. 2. Богиня Д.П. Регулювання соціально-трудових відносин на ринку праці в умовах міжнародної інтеграції / Д.П. Богиня // Вісник соціально-економічних досліджень. Збірник наукових праць. – Одеса : ОДЕУ, 2008. – Випуск 32. – С. 39-46. 3. Гаврилина А. Практика применения законодательства о занятости населения / А. Гаврилина // Человек и труд. — 1995. — № 2. — С. 4-9. 4. Економічна активність населення України 2010: Стат.збірник./ Державна служба статистики України: – К.:2011.– 205с. 5. Колот А.М. Мотивація, стимулювання й оцінка персоналу: Навч. посібник. / А.М. Колот – К.: КНЕУ, 1998. – 224 с. 6. Колот А.М. Соціально-трудові відносини: теорія і практика регулювання: монографія / А.М. Колот– К. : КНЕУ, 2005. – 230 с. 7. Пашков А. С. Занятость, безработица, трудоустройство /А. С. Пашков — СПб.: СКФ "Россия—Нева", 1994. — 54 с. 8. Ринок праці та освіта: пошук взаємодії / [за ред. І.Л. Петрова]. – К. : Таксофон, 2007. – 118 с. 9. Фагеевко Н.В. Соціально-економічні наслідки безробіття / Н.В.Фагеевко // Формування ринкових відносин в Україні. – 2009– №7–8 (№8) – С. 114–117.

В.А.Васюкова, доцент, кандидат экономических наук, ГАОУ ВПО
НГГТИ, Невинномысск

СТРАТЕГИЧЕСКОЕ УПРАВЛЕНИЕ ПЕРСОНАЛОМ В УСЛОВИЯХ КРИЗИСА

Значительные перемены, наличие кризисной ситуации в социальной, экономической, политической, духовной сферах современной России одновременно как расширяют возможности, так и создают серьезные ограничения для каждого человека, стабильности его существования и роста.. Важно повернуть сознание персонала к потребителю, а не к угождению начальнику; к новатору, а не к заскорузлomu механическому исполнению; перейти к социальным нормам, базирующимся на прочном экономическом фундаменте, не забывая о духовности и нравственности.

Механизм стратегического управления персоналом в условиях кризиса на российских предприятиях только формируется. Сегодня на первый план выдвигается система стратегического менеджмента, которая предусматривает анализ различных управленческих ситуаций, связанных с изменением отношений поставщиков и потребителей, когда в центре внимания оказывается потребитель.

Кадровая политика является составной частью антикризисного управления организацией, где главная цель – достижение устойчивого положения на рынке. Поэтому цель кадровой политики - обеспечение оптимального баланса процессов обновления и сохранения численности и качественного состава кадров и его развитию в соответствии с потребностями самой организации, требованиями действующего законодательства, состоянием рынка труда.

Основная цель руководителя предприятия в кризисных условиях – не довести неплатежеспособное предприятие до процедуры банкротства, обеспечить его выживание и развитие. Его основная задача – разработать и реализовать программу развития. Ни действующий руководитель, ни арбитражный управляющий не смогут это сделать без участия руководителей и специалистов предприятия. Их участие или неучастие в антикризисной программе может проявляться в активном содействии, сотрудничестве или, напротив, в формальном исполнении поручений, а то и пассивном бездействии и даже сопротивлении нововведениям. Поэтому крайне важно создать на предприятии эффективную антикризисную команду.

Руководитель должен суметь сохранить кадровый потенциал проблемного предприятия. Кадровый потенциал характеризует ценность человеческих ресурсов организации, это самые важные для ее развития ресурсы. Кадровый потенциал - совокупность способностей и возможностей кадров обеспечить эффективное функционирование организации.

В качестве индикаторов оценки кадрового потенциала используются такие показатели, как численность персонала, его профессионально-квалификационный и половозрастной состав, укомплектованность по должностям, специальностям и профессиям, соотношение разряда работ и рабочих и т.д.

Рыночные отношения и перемены в кризисных организациях находят отражение в изменении индивидуальных систем ценностей, которые люди приносят на рабочие места. Их установки начинают меняться под воздействием этих перемен и неодинаковы у различных возрастных групп.

Неизбежен и пересмотр ценностей организации, выдвижение других более значимых в новых социально-экономических условиях. Это требует особо учитывать при разработке новой кадровой политики в организации. Каждое предприятие формирует свой набор ценностей, которые придают ей индивидуальность. Новые ценности желательно отразить в концепции кадровой политики реформируемого предприятия.

Эти ценности постепенно начинают определять поведение людей с помощью внедряемых систем управления, ритуалов, символов и других связующих компонентов культуры, уточнять способы достижения целей реформируемой организации.

Кризисное состояние организации вынуждает руководство изыскивать дополнительные средства стимулирования персонала к творческому, высокопроизводительному труду. Перед руководством организации стоит задача балансирования между мотивацией работников к труду исходя из минимизации зарплаток и предупреждением их перехода в другие организации на более высокую заработную плату. Наряду со стимулированием прямой заработной платы практикуются и другие формы стимулирования труда, помогающие удержать работника на рабочем месте, которые в условиях кризиса имеют весьма существенное значение.

Эффективность работы предприятия определяется, с одной стороны, уровнем согласованности работы всех служб, их адаптируемость к изменениям внешней среды, с другой – определенной структурой каждой службы.

В условиях рыночной экономики конкурентоспособность организации определяется тем, насколько мобильно она реагирует на любое изменение внешней среды, насколько чутко улавливает изменения потребностей рынка, насколько готова к постоянным изменениям. В этих условиях требуется принципиально новый тип работника: высококвалифицированный, инициативный, склонный к инновациям, готовый самостоятельно принимать решения и нести за них ответственность, привязывающий свои личные цели к целям организации, в которой работает, ориентированный на долгосрочное сотрудничество.

І.А.Войналович, аспірант, Інститут демографії та соціальних досліджень імені М.В. Птухи НАН України, Київ

ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ОСВІТНЬОГО КОМПОНЕНТУ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ НАЦІОНАЛЬНОЇ РОБОЧОЇ СИЛИ

Постановка проблеми. Сучасні тенденції у соціально-економічному розвитку країни зумовлюють пошук нових шляхів і засобів підвищення його ефективності. Освіта як складова людського розвитку є практично невичерпним джерелом економічного зростання, оскільки бере безпосередню участь у формуванні робочої сили нової якості, яка володіє високим рівнем знань, умінь, компетенцій і здатна до продукування нових ідей, втілення інновацій та забезпечення науково-технологічного прогресу. Тому, освітній компонент є найбільш активною складовою конкурентоспроможності робочої сили.

Аналіз останніх досліджень і публікацій свідчить, що теоретичні та практичні аспекти конкурентоспроможності робочої сили досліджували такі українські вчені, як С.І. Бандур, Д.П. Богиня, О.А. Грішнова, Е.М. Лібанова, М.В. Семикіна, О.І. Цимбал та інші. Різним аспектам забезпечення конкурентоспроможності робочої сили на основі розвитку освітньо-професійної її складової приділяли увагу Л.С. Лісогор, І.Л. Петрова, О.М. Левченко, Л.В. Шаульська, Л.С. Шевченко та інші вчені. Однак недостатньо опрацьованими й надалі залишаються питання, пов'язані з оцінкою перспектив розвитку освітнього компоненту конкурентоспроможності національної робочої сили в Україні.

Виклад основного матеріалу дослідження. Конкурентоспроможність національної робочої сили – це сукупність якісних та кількісних переваг (в освіті, кваліфікації, рівнях компетенції, накопиченому досвіді, схильності до інновацій, мобільності, мотивованості тощо), завдячуючи яким на тлі створення конкурентного середовища стають можливими інноваційні зрушення в економіці, забезпечення конкурентних позицій держави на світових ринках високотехнологічної продукції [3, 101]. За такого розуміння конкурентоспроможності національної робочої сили стає очевидною роль її освітнього компоненту, який включає такі детермінанти як: рівень освіти, кваліфікацію, компетентність (результатом сформованості якої є готовність до інноваційної діяльності, сприйняття змін, розвинений індивідуальний стиль діяльності та досконалий рівень розвитку культури), стаж роботи за фахом, мобільність та освітній потенціал.

Таким чином, підвищенню ефективності функціонування економіки в умовах інноваційних змін сприяє розвиток освіти, що дозволяє забезпечити високу якість робочої сили та на цій основі ефективно продукування і впровадження інновацій. Перспективами розвитку освітнього компоненту

конкурентоспроможності національної робочої сили є:

По-перше, у напрямку забезпечення відповідності підготовки кадрів у професійно-кваліфікаційному розрізі потребі економіки в робочій силі слід здійснити:

- підвищення доступності якісної освіти як основи професійної підготовки та безперервного навчання, і забезпечення можливостей працевлаштування;
- удосконалення системи неформального професійного навчання з метою безперервного розвитку знань, вмінь, набуття нових компетенцій задля підвищення конкурентоспроможності робочої сили;
- організацію моніторингу ринку праці, що дозволить забезпечити збір і розповсюдження достовірної актуальної інформації про потребу в професійних навичках на ринку праці та вдосконалити процесу професійної орієнтації;
- побудову системи прогнозування потреби економіки в робочій силі у галузевому та професійно-кваліфікаційному розрізі як основи визначення обсягів підготовки кадрів навчальними закладами;
- охоплення соціально незахищених верств населення системою професійної підготовки та надання їм допомоги у реалізації потенціалу до продуктивної праці;
- сприяння реінтеграції безробітних у сферу зайнятості шляхом поєднання професійної підготовки з діяльністю системи професійної орієнтації та працевлаштування;
- сприяння розвитку соціального діалогу у сфері професійної підготовки дозволить полегшити процес координації політики у сфері зайнятості та освіти з метою забезпечення відповідності рівня та якості підготовки робочої сили потребам ринку праці;

По-друге, у напрямку забезпечення процесу динамічного розвитку слід здійснити:

- узгодження і приведення у відповідність розвиток системи професійної освіти з науково-дослідною і макроекономічною політикою держави;
- стимулювання інвестицій у систему професійної освіти з метою підготовки працівників нових спеціальностей і задоволення потреб нових робочих місць;
- побудову та сприяння розвитку системи безперервного навчання [1].

Перспективи подальших досліджень. Розвиток теорії людського капіталу свідчить, що саме інтелектуальна власність, знання та кваліфікація людини є тим засобом, який сьогодні здатен забезпечити високий рівень конкурентоспроможності робочої сили країни, а, отже, й її конкурентні переваги. Тому, саме освіта є визначальним чинником формування і підвищення конкурентоспроможності національної робочої сили.

Список літератури: 1. Профессиональные навыки, способствующие росту производительности, занятости и развитию: Доклад V. – Женева: Международное бюро труда, 2008. – 182 с. 2. Семикіна М.В. Конкуренція і конкурентоспроможність на ринку праці: методологія визначення / М.В. Семикіна // Демографія та соціальна економіка. Науково-економічний та суспільно-політичний журнал. – 2008. – №2 (10). – С. 94-103.

Я.М.Галак, кандидат економічних наук, доцент, Чортківський інститут підприємництва і бізнесу Тернопільського національного економічного університету, Чортків

ОЦІНКА РЕАЛЬНИХ ДОХОДІВ НАСЕЛЕННЯ В УКРАЇНІ: ЕКОНОМІЧНИЙ ПІДХІД

Основною тенденцією розвитку національної економіки України в останні роки є зниження життєвого рівня населення держави, що бере свій початок з середини 90-их років. Зниження реальних доходів в економічно-активного населення в державі сприяло зuboжінню значного прошарку населення в країні.

В структурі доходів і витрат населення держави у 2010 році заробітна плата займала біля 41,0%, решту ж структурі доходів населення значне місце займали – прибуток, змішаний дохід, доходи від власності одержані та соціальні допомоги та інші одержані поточні трансферти [2].

Це є свідченням того, що населення в державі намагається знайти додаткові види заробітку для забезпечення своїх різноманітних потреб в предметах повсякденного вжитку, а заробітна плата є досить низькою для пересічного громадянина в країні.

Щодо структури витрат та заощаджень, які населення витрачало у 2010 році в Україні, то найбільш питому вагу – 76-77% становлять витрати на придбання товарів і послуг, від 12 до 13% - доходи від власності сплачені, 7% - поточні податки на доходи, майно та інші сплачені поточні трансферти і нарешті найменший рівень у структурі витрат і заощаджень становлять власні заощадження населення держави, які коливаються від 2,5 до 4% й становлять незначну частку у даній структурі [2].

Дане коливання свідчить про неспроможність населення здійснювати заощадження через низький рівень і нестабільність одержуваних доходів, що й є свідченням про тенденції явного зниження доходів населення в державі.

Для розгляду динаміки темпів зростання наявного доходу населення розглянемо таблицю 1.

Таблиця 1- Темпи зростання реального наявного доходу населення, %

Роки	До відповідного періоду попереднього року	До 1991 року
1994	78,4	33,2
1995	108,3	35,9
1996	87,8	31,5
1997	102,7	32,4
1998	102,4	33,2
1999	99,3	32,9

2000	104,1	34,3
2001	110,0	37,7
2002	118,0	44,5
2003	109,1	48,6
2004	119,6	58,1
2005	123,9	72,0
2006	111,8	80,5
2007	114,8	92,4
2008	107,6	99,4
2009	90,0	89,5
2010	108,8	X

Примітка: розраховано на основі даних [2].

Аналізуючи темпи зростання реальних доходів населення за більш як п'ятнадцятирічний період, спостерігаємо суттєве зниження доходів в динаміці у відсотковому співвідношенні між відповідними роками до попереднього року в ряді аналізуючи нами років.

Ведучи ж мову про темпи зростання доходів населення у порівнянні з 1991 роком то тут прослідковується значна прогалина, оскільки реальний наявний дохід в населення не може досягнути рівня вищезгадуваного року.

Отже, зростання доходів населення відбувається досить повільними темпами, де якісний рівень життя більшості соціальних верств населення знаходиться на досить низькому рівні, оскільки їхнім основним видом доходу є заробітна плата номінальна вартість якої хоча і зростає, а реальний рівень її рівень значно відстає від росту інфляційних процесів в державі

Список використаної літератури. 1.Лібанова Е. М. Соціальна стратифікація українського суспільства: спроба статистичного визначення та вимірювання / Е. М. Лібанова // Український соціум - 2003.- № 1(2) .- С. 146-163. 2.Офіційний сайт Державного комітету статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua> 3.Рівень і якість життя населення / За ред. Є. П. Кушнарьов та ін - Х.: ВД «Інжи», 2004.

УДК 06.08

С.В.Гармаш, ст. викл., НТУ «ХП», Харків

НОВІТНІ ТЕХНІКИ В ЕФЕКТИВНОМУ УПРАВЛІННІ ПЕРСОНАЛОМ ОРГАНІЗАЦІЇ

Ефективна діяльність будь-якої організації вимагає вироблення напрямку її розвитку. Саме тому працівники відділу управління персоналом повинні вміти сформулювати поставлені цілі організації і знайти засоби їх досягнення та реалізації на кожному етапі. Це вимагатиме від них знання принципів планування і прийняття рішень, вирішення конфліктів та ін.

Інструментом впливу на діяльність підлеглих виступає можливість керівника вплинути на рівень задоволення їхніх активних потреб. Всі форми впливу та влади спонукають людей виконувати бажання іншої людини, задовольняючи тим самим активні потреби. Люди очікують та передбачають наслідки тієї чи іншої поведінки. Керівник чи особа, яка здійснює вплив, також передбачає ефект свого впливу на поведінку виконавця.

У роботі менеджера слід застосовувати не тільки психологічні прийоми, але і психотерапевтичні, зокрема метод нейролінгвістичного програмування.

Техніки нейролінгвістичного програмування - це особливим чином організовані послідовності дій, які відповідають наступним чотирьом умовам: вони працюють, даючи ті результати, для котрих вони призначені; опис слідує техніці «крок-за-кроком», так що техніка може бути освоєна і відтворена кожним, навіть не маючим спеціальної освіти; у всіх вправах закладений критерій витонченості, тобто використовується мінімальна кількість кроків для досягнення результату; техніки не залежать від конкретного змісту, тому є універсальними.

Кожна техніка НЛП передбачена для вирішення тієї чи іншої проблеми. Глобальне завдання НЛП – привести людину до вирішення проблеми.

Спостерігаючи за людьми, засновники НЛП Дж. Гріндер і Р. Бендлер помітили, що різні люди сприймають навколишній світ по-різному і відповідно до цього вибудовують свою поведінку. Узагальнивши ці дані, вчені побудували модель людського сприйняття, засновану на понятті репрезентативних систем. Згідно цієї моделі, вся інформація, яку людина одержує із зовнішнього середовища, поступає до нього по трьох каналах: візуальному (В) – те, що людина бачить, аудіальному (А) – те, що людина чує, і кінестетичному (К) – все, що людина відчуває. До кінестетичного каналу відносяться тактильні відчуття (відчуття шкірою), олфакторні (запах), густаторні (смак), проприоцептивні (відчуття тіла) і вестибулярні (відчуття рівноваги). Також до кінестетичного каналу відносять власне відчуття, т. з. емоції. Це пояснюється тим, що емоції самі по собі не існують, вони мають які-небудь зовнішні прояви, як правило проприоцептивні (наприклад, страх може виражатися як тяжкість у ногах і прискорене дихання, хвилювання – як відчуття колення в животі і т. д.) Так, поступивши через зовнішні органи чуття, інформація обробляється відповідною репрезентативною системою.

Другий важливий момент в організації спілкування – це рівні і дистанції спілкування.

У роботі менеджерів дуже важливий принцип, відповідний прояву гнучкості: «якщо те, що ви робите, не спрацьовує, спробуйте зробити щонебудь інше». В спілкуванні важливо бути гнучким в словах, мисленні, сприйнятті і поведінці. Сенсорна гострота дозволяє бути гнучким в сприйнятті. У гнучкої поведінки є переваги: нова поведінка викликає і нову відповідну реакцію, і, можливо, ви доб'єтесь бажаного результату, використовуючи різні нові способи поведінки.

Таким чином, застосовуючи техніку НЛП в управлінні колективом організації, можна управляти підлеглими, а також продуктивно приймати участь в процесі ділового спілкування. Здібність підстроювати свою власну мову під предикати інших є дуже важливою при встановленні довірчих відносин, що має сенс при тривалій спільній роботі. Результат зміни мови менеджера з метою підстроїтися під людину, з якою він спілкується, має дві сторони: перше, людина починає себе вільніше відчувати в спілкуванні з ним, починає більш довіряти керівнику. Друге, менеджер створює навколишнє середовище, яке сприяє більш ефективним результатам спілкування та роботи.

НЛП є незамінним помічником в управлінні та бізнесі. Це - підвищення ефективності внутрішніх і зовнішніх комунікацій компанії і підтримка управлінських рішень.

Можна говорити про два варіанти використання НЛП в компанії: особисте й інституційне. Під особистим застосуванням мається на увазі застосування НЛП окремим топ-менеджером або групою менеджерів. В цьому випадку НЛП використовується індивідуально або стає частиною організаційної культури. Такий варіант використання дає достатньо швидкий і добре відчутний ефект. Найважливішим елементом в цьому випадку є навчання і «емоційне зараження».

Відповідно, запровадження НЛП як профільної технології вимагає серйозної роботи з системою цінностей і мотивації. У тих випадках, коли система цінностей в компанії відповідає технології, її необхідно впровадити.

Таким чином, для менеджера дуже важливо мати вплив на людей, з якими він має спілкуватися в процесі роботи. Як керівник, менеджер практикує різноманітні засоби психологічної дії на тих людей, які оточують його в процесі ділового спілкування. Ефективність керівника – це здатність його знайти спільну мову зі всіма своїми підлеглими. Менеджер має також спілкуватися з партнерами та клієнтами. Всі ці зв'язки мають давати найбільш відчутний ефект у практиці ділового спілкування. Для поліпшення його менеджер все частіше користується технікою НЛП, оскільки вона з'єднує в собі візуальні, кінестетичні, аудіальні та лінгвістичні види впливу на людину, що має на меті досягнення бажаного результату не тільки на особистісному рівні, а буде корисним і для організації в цілому.

УДК

С.М. Голубєв, аспірант, Харківський національний економічний університет, Харків

СОЦІАЛЬНІ РЕЗЕРВИ ТРУДОВОГО ПОТЕНЦІАЛУ КОЛЕКТИВУ

Дослідження трудового потенціалу колективу є досить актуальною проблемою сучасності. Практика давно засвідчила, що в значній кількості

різновидів праці її колективна форма є більш ефективною, ніж індивідуальна. Наукове підґрунтя для таких висновків створив Ф. Тейлор, а реалізував та продемонстрував її ефективність Г. Форд. Але вони звернули увагу, в першу чергу, на фізичну працю, питома вага якої в період їх досліджень була значною. В сучасних умовах роль цієї праці істотно зменшилася, натомість зросло значення розумової та творчої праці, яка ускладнює процеси формування сукупної робочої сили колективу, забезпечення ефективної взаємодії працівників в колективі. Сучасна практика показує, що інтелектуальну, інформаційно насичену працю не можна впорядковувати традиційними інструментами, вона породжує проблеми, пов'язані із соціально-психологічними аспектами взаємодії членів колективу. Дослідження та використання резервів консолідації їх трудових зусиль дозволить істотно підвищити ефективність роботи будь-якого колективу, забезпечить зростання трудового потенціалу як окремого працівника так і колективу в цілому.

Вітчизняні і закордонні вчені вивчають трудовий потенціал на кількох рівнях, починаючи з індивідуального потенціалу окремого працівника. Його діагностика створює підстави для аналізу трудового потенціалу групи або колективу. На відміну від індивідуального цей потенціал значною мірою залежить від характеру взаємодії працівників в процесі виконання трудових функцій. Наступний рівень дослідження трудового потенціалу – підприємство. Вивчення цього потенціалу передбачає аналіз як формалізованих, так і неформалізованих зв'язків між окремими колективами та їх працівниками. Найвищим за рівнем узагальнення є трудовий потенціал регіону або держави. Соціальні резерви трудового потенціалу необхідно діагностувати і вводити в дію при розгляді його на всіх вищезначених рівнях. Перш ніж надавати науково обґрунтовані рекомендації для вирішення цих проблем необхідно визначитися із сутністю та змістом поняття «соціальні резерви».

Словник [1] визначає соціальні резерви, як не реалізовані в даний час соціальні можливості індивідів, колективів, суспільства. В систему таких можливостей входять об'єктивні (вік, освіта, кваліфікація тощо) та суб'єктивні (характер мотивації, ціннісні орієнтації, задоволеність працею, соціально-психологічний клімат тощо). М. Лукашевич В. Патрушев та деякі інші вчені соціальні резерви трудового колективу розглядають як різницю між реальним станом соціально-трудових процесів і максимальним рівнем використання соціальних можливостей. Актуальність їх дослідження на думку цих авторів обумовлена тим, що соціальні резерви на відміну від інших (економічних, технологічних тощо) є майже невичерпними [2,3]. К. Грищенко і Н. Сакада соціальні резерви ототожнюють із соціальним потенціалом виробничого колективу, тобто доданою соціальною силою праці, обумовленою її кооперацією та спільним характером діяльності людей. Будь-яке підприємство та колектив має можливості зростання, що забезпечуються колективною діяльністю. Автори вважають, що ці резерви можуть бути або відомими, але не використаними через низку причин, або прихованими, такими, які ще треба виділити за допомогою соціологічних та психологічних методів [4, с. 28–29].

На наш погляд поняття «соціальні резерви» та «соціальний потенціал» недоцільно ототожнювати. Адже потенціал включає як фактичні, так і потенційні, а резерви – лише потенційні можливості. Тобто соціальні резерви входять в соціальний потенціал як не використані можливості. У той же час можна погодитися з думкою цих вчених про те, що соціальний потенціал можна сприймати як інтегральну якість всього колективу, яка характеризує його виробничі та духовні сили, і про те, що цей потенціал є складовою сукупного трудового потенціалу всього колективу [4, с. 69–70].

Вихідні ідеї для визначення соціальних факторів, які впливають на сукупний трудовий потенціал, можна отримати з монографії Н. Куртикова [5]. Він ділить їх на об'єктивні й суб'єктивні, і до суб'єктивних відносить потреби, цілі членів колективу, усвідомлення ними корисності спільної діяльності і особистісні характеристики керівника (ділові, морально-етичні, професійні та ін). До об'єктивних цей автор відносить рівень розвитку продуктивних сил і скорочення їх життєвого циклу. Але якщо для індустріальної епохи розвиток продуктивних сил визначався розвитком знарядь праці, то в постіндустріальний період їх критичним ресурсом стає інтелект людини, її здатність генерувати нові ідеї й реалізувати їх практично. В цих умовах соціальні резерви розвитку трудового потенціалу колективу, який реалізує інтелектуальні інформаційно насичені трудові операції, доцільно шукати не стільки в оптимізації спеціалізації і кооперації трудового процесу, скільки в можливостях створення позитивного соціально-психологічного клімату в колективі, розвитку корпоративної культури, толерантності працівників, розвитку і синтезу їх інтелектів, формуванні високої професійної компетентності керівника колективу.

Література. 1. Соціологічний словник <http://mirslovarei.com>. 2. Соціологія праці : підручник / М. П. Лукашевич. — К. : Либідь, 2004. — 440 с. 3. Патрушев В.И. Социальные резервы трудового коллектива: пути реализации (социологический анализ). К., 1990. С. 21– 44. 4. Управление трудовым коллективом (социально-психологические факторы оптимизации) / Отв. ред. К. К. Грищенко, Н. А. Сакада. К., 1988. с. 220. 5. Куртиков Н.А. Социальный объект управления – коллектив. М., «Моск. Рабочий», 1974.– 192 с.

УДК 331.108

О.А.Даниленко, докторант, к.е.н., доцент ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана», Київ

УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ З УРАХУВАННЯМ S-ПОДІБНОГО РОЗВИТКУ ОРГАНІЗАЦІЇ, ПІДРОЗДІЛУ, ПРАЦІВНИКА ТА ЛЮДИНИ

Тематика S-подібного розвитку організацій у рамках життєвого циклу неодноразово зачіпалася і зачіпається як у наукових доробках знаних учених,

так й у прикладних розробках практиків зі світовим ім'ям. Відомі моделі концепції життєвих циклів (Адізеса І., Грейнера Л., Базарова Т.Ю. і Ерьоміна Б.Л., Емельянова Е.Н. і Поварніциної С.Е., Філонович С.Р. і Кушелевич Е.М. й ін.) – одні із найчастіше використовуваних у реальному житті організації. Разом з цим, не дивлячись на те, що концепції життєвого циклу організації активно використовуються зарубіжними ученими та практиками у вивченні особливостей розвитку організації, досліджень, присвячених урахуванню S-подібного розвитку організації, підрозділу, працівника у рамках однієї посади і людини в управлінні персоналом організації практично немає. У зв'язку з цим, на нашу думку, особливий інтерес привертає питання про те, аби не лише урахувати у завданнях управління персоналом стадію S-подібного розвитку організації, але й стадію розвитку її підрозділів, працівників у рамках однієї посади та окремо взятих людей на кривій їх життєвого циклу.

На нашу думку, найбільш серйозні проблеми якраз і виникають, коли організація, що знаходиться, наприклад, на стадії дитинства або юності, із завданням намагається пробитися на ринок, що вступає у стадію зрілості; коли другоетапний структурний підрозділ не може вирішити поставлені завдання третеетапної організації; коли другоетапна людина «помилково» влаштовується до третеетапної організації й т. ін.

Взагалі тема опису життєвого циклу розвитку організації у зв'язку з життєвими циклами розвитку її структурних підрозділів і працівників у рамках однієї посади є мало вивченою в літературі, хоча зараз багато менеджерів з персоналу і керівний склад гостро потребують інформації з даної тематики. У зв'язку з цим представляє інтерес дослідження Кольцової Л., присвячене темі життєвого циклу організації, підрозділу і працівника [1].

У життєвому циклі розвитку структурного підрозділу організації Кольцова Л. виділяє такі стадії: єдиноначальність, команда, спеціалізація і виділення. При цьому автор вважає, що за стадіями життя підрозділів будь-яка організація неоднорідна і повністю однорідною не може бути, оскільки кожен підрозділ має «свій» життєвий цикл. В результаті, на нашу думку, така неоднорідність також може призводити до конфліктів, коли, наприклад, підрозділи, що знаходяться на стадії народження, дитинства або старіння, не можуть задовольнити потреби пов'язаних з ними структурних підрозділів, що знаходяться на стадіях юності або зрілості.

Наростання проблем в області управління персоналом з наступним розвитком конфлікту може спостерігатися, коли, наприклад, друго- або третеетапна людина, «помилково» влаштовується у першоетапний структурний підрозділ організації і т.п. Таким чином, формується один з найбільш типових конфліктів, безпосередньо пов'язаний з персоналом і його опором змінам в процесі розвитку організації, оскільки компетентність, поведінку, свідомість, інтереси і мотиви працівників структурних підрозділів змінити набагато складніше, ніж, наприклад, виробничу чи управлінську технології, основні засоби чи організаційну структуру, організацію виробництва та праці тощо.

У Великобританії, за даними спеціалізованої літератури, життєвий цикл

працівника у рамках однієї посади на рівні структурного підрозділу включає такі стадії, як: новачок, фахівець, професіонал і консультант. Кольцова Л. та її колеги виділяють у життєвому циклі працівника у рамках однієї посади стадії: професійного зростання, професійної реалізації, професійного вигорання з точкою прийняття працівником рішення про продовження роботи на цій посаді, професійної стагнації, що завершується точкою ухвалення рішення організацією про звільнення даного працівника [1]. У той же час, як відзначає російський вчений Колосова Р.П., «... яку б модель диференціації життєвого циклу людини ми не прийняли для розгляду, вочевидь, що на кожному з етапів життєвого циклу людина в соціально-трудових відносинах віддаватиме перевагу тим або іншим цілям – предметам [2, с.51].

Іншими словами, й організація, й структурні підрозділи, й увесь персонал підкоряються закону S-подібного розвитку, рухаючись від однієї стадії «своїх» життєвих циклів до іншої. Отож можна зробити висновок, що значну кількість конфліктних ситуацій можна описати мірою збігу етапу організації з етапом ринку (середовища), етапу підрозділу з етапом організації, етапу колективу (підрозділу) з етапом працівника у рамках однієї посади чи етапом людини у рамках її життєвого циклу.

У світлі викладеного вважаємо, що розгляд не лише організації як системи, що S-подібно розвивається, але й її структурних підрозділів, працівників у рамках однієї посади та окремо взятих людей, що знаходяться на «своїх» етапах життєвого циклу, трансформується, на наш погляд, у цілі і завдання менеджменту та управління персоналом на стадіях життєвого циклу розвитку організації з урахуванням попередження можливих конфліктів. Серед цих цілей можуть бути: зростання ринкової вартості організації та обсягів її діяльності, диверсифікація розвитку, завоювання нових ринків чи їх сегментів (цільових груп споживачів), збільшення прибутку, рентабельності, підвищення ефективності управління персоналом, підвищення якості трудового життя, розвиток на основі інноваційних переваг, створення ділової репутації (іміджу).

Література. 1.Кольцова Л. Методы оценки персонала в зависимости от этапа развития организации. Жизненные циклы сотрудников. [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.trainings.ru/library/exclusive/?id=10435>. 2.Экономика труда и социально-трудовые отношения / Под ред. Г.Г. Меликьяна, Р.П. Колосовой. – М.: Изд-во МГУ, 1996. – 623 с.

УДК 331.104

С.М.Дмитрук, асистент, Київський Національний Економічний
Університет імені Вадима Гетьмана, Київ

МОТИВАЦІЯ ПЕРСОНАЛУ ДО ЯКІСНОЇ ПРАЦІ В СУЧАСНИХ ОРГАНІЗАЦІЯХ

На практиці особливе місце в реалізації принципів менеджменту посідає залучення працівників, які професійно виконують свої обов'язки і спроможні

досягати мети організації, а саме, виготовляти продукцію належної якості чи надавати послуги. Працівник однозначно повинен бачити свою участь у реалізації стратегії розвитку організації, усвідомлюючи залежність від її успіху свого добробуту та особистого прогресу.

Спеціалісти з управління персоналом зазначають, що тільки 10-15% співробітників викладаються на 100%, незалежно від стану справ в організації, водночас більшість потребують постійної мотивації та підтримки. Тому тенденцією сучасного менеджменту є переорієнтація методів управління персоналом до методів, які впливають на трудову поведінку через поглиблену вмотивованість працівників.

Щоб кожен працівник підприємства мав бажання досягати мети організації, він повинен бути до цього мотивованим, а ефективність мотивації залежить від особистих особливостей людини і насамперед від її ціннісних орієнтацій.

Заходи з мотивації повинні ґрунтуватись на принципі «залучення персоналу», щоб працівник діяв відповідально, швидко, творчо і ефективно.

Керівництво організації повинно:

- а) визначати необхідний рівень компетентності для персоналу, залученого до робіт, що впливають на якість продукції чи надання послуг;
- б) організувати підготовку або вживати інших заходів для задоволення цих потреб;
- в) оцінювати ефективність вжитих заходів;
- г) забезпечувати обізнаність персоналу щодо доцільності та важливості своєї діяльності і щодо свого внеску в досягнення цілей;
- д) реєструвати дані стосовно освіти, професійної підготовки, кваліфікації та досвіду.

Щоб виконати зазначені вимоги, достатньо впровадити такі заходи:

1. Керівництво повинно сформувати цілі організації відповідно до функцій та рівнів організації. При цьому цілі повинні бути вимірними.
2. Необхідно встановити відповідальність та повноваження для кожного працівника та інформувати про це в межах організації через посадові інструкції.
3. Щоб зрозуміти, чи зможуть працівники виконувати поставлені цілі, необхідно провести оцінювання персоналу (атестацію).
4. Підготовка та підвищення кваліфікації працівників повинна носити безперервний характер з урахуванням цілей організації.

Результативність такої системи завжди можна оцінити, використовуючи інструменти: проведення аудитів системи управління, аналіз отриманих від споживача претензій та пропозицій, аналіз виникнення продукції чи послуг, яка не відповідає встановленим вимогам.

Усі зазначені вище заходи є певним інструментом для мотивації працівників організації, але необхідно виявити глибокі мотиваційні потреби персоналу, з єдиною ціллю — налагодити систему стимулювання, яка спрямована на задоволення виявлених мотиваційних потреб працівників.

У питаннях мотивації потрібно працювати з кожною людиною окремо, так як ефективне управління організацією неможливе без залучення всього персоналу, який, у свою чергу, без мотивації неспроможний на ефективну працю. Вмотивованість до якісної праці є одним з головних питань менеджменту для будь-якої організації. Але значення мотиваційного потенціалу підприємства може дати чітку характеристику роботи керівництва зі своїм персоналом, а особливо на скільки персонал мотивований для досягнення цілей підприємства.

УДК 331.101.3:331.24

Т.П. Збрицька, к.е.н, доцент ОНЕУ, м. Одеса

СИСТЕМА УЧАСТІ ПРАЦІВНИКІВ У ПРИБУТКАХ ЯК ОДИН З МЕТОДІВ МОТИВАЦІЇ

На сьогодні зростає роль мотивації праці завдяки активному розвитку стратегії залучення і партнерства, поступовому витісненню нею стратегії підпорядкування і жорсткого контролю. У сьогоденних умовах господарювання підприємств одним з найважливіших факторів успішної діяльності є матеріальна зацікавленість працівників, яка найчастіше зумовлюється рівнем мотивації персоналу з боку менеджменту підприємства. Великого значення для стимулювання праці персоналу набуває його участь у прибутках, тобто розподіл певної частини прибутку підприємства, організації між працівниками.

Поширення різних форм участі працівників у прибутках обумовлено тим, що найдосконаліші системи індивідуальної або колективної оплати праці не завжди здатні забезпечити зацікавленість працівників у стабільно високих загальних результатах діяльності підприємства. Справедливий, чіткий і зрозумілий для всіх розподіл частини прибутку між працівниками все більше стає основою не тільки належного соціально-психологічного клімату, а й подальшого розвитку організації.

Однією з важливих проблем на ринку праці в Україні є недостатня зацікавленість або незацікавленість взагалі працівників у результатах діяльності підприємства, на якому вони працюють. Тому для ефективного стимулювання працівників підприємства необхідно розглядати можливості впровадження окремих систем участі персоналу у прибутках підприємства.

Необхідність запровадження системи участі працівників у результатах діяльності визнана сьогодні провідними підприємствами більшості країн світу, і у багатьох з них почали розглядати впровадження такої системи як необхідну складову процесу мотивації персоналу. Стимулювання працівників через участь у прибутках дозволяє значно підвищити їх зацікавленість у результатах діяльності підприємства та, як наслідок, продуктивність та якість праці таких працівників. Таким чином, участь співробітника в прибутках підприємства

найтіснішим чином пов'язує інтереси працівника з інтересами компанії і з результатами її фінансової діяльності. Саме тому важливого значення набуває аналіз існуючих схем та основних шляхів впровадження такої системи на підприємствах України.

Особливість системи участі в прибутках полягає і в тому, що ефект від її застосування позначається не відразу, а через кілька років після впровадження. Це можна пояснити психологічною дією звикання, згідно з яким максимальний ефект від прийнятого або неприйнятого впливу досягається з часом.

В даний час найбільше число компаній, що використовують програми участі у прибутку, в США - програму використовує близько 26% компаній США на 75% заводах, що функціонують з 1980 р. [3]. Близько 36% з них затримують виплату частини бонусів, перераховуючи їх у пенсійний фонд працівників. Це пояснюється податковими пільгами, які надаються американським законодавством фірмам, що використовують ці програми. Досить широко поширені ці програми і в країнах Європейського союзу, так у *Великобританії* системами участі в прибутках охоплено 16 % усіх працюючих за наймом, і їх популярність зростає. Участь у прибутках поширено у *Японії, Франції, Швеції, Німеччині, Бельгії, Данії* тощо. Саме програми участі у прибутку є однією з причин високого рівня трудової мотивації працівників і конкурентоспроможності продукції, що виробляється.

У ряді країн існують обмеження на участь в прибутках для окремих категорій працівників. Так, наприклад, у Великобританії в плани участі в прибутках не включені зайняті не повний робочий день працівники, тобто які відпрацювали менше 20 годин на тиждень, а також ті, чий стаж роботи у фірмі менше 3-х років. У Франції цей термін обмежений двома роками для французів і п'ятьма роками для іноземних робітників [2, с. 131].

В Україні програми участі в прибутках ще не отримали достатньо широкого поширення, що в значній мірі пояснюється тим, що для українського підприємця оптимальним є прибуток, який відповідає нульовому показнику, оскільки усуває необхідність сплачувати необхідний податок, а особистий дохід підприємця прикривається витратними статтями балансу підприємства. В Україні форма податкових пільг при використанні системи участі працівників у прибутках наразі є відсутньою. Цей факт зумовлює необхідність реформування податкового законодавства України. Питання про оподаткування підприємств, які будуть запроваджувати системи участі робітників у прибутках, упущено і в новому Податковому кодексі України.

Як видно з вищенаведених даних, у всьому світі програми участі у прибутках широко поширені. На сьогодиншньому етапі найбільш прийнятним для України є поєднання і доповнення вітчизняного і зарубіжного досвіду в сфері розподілу частини чистого прибутку підприємств з метою створення власної національної моделі, в межах якої функціонуватиме система участі працівників у прибутках як форма матеріального стимулювання. Враховуючи світовий досвід та існуючий стан економіки України, головним завданням щодо впровадження систем участі робітників у прибутках є створення умов, за яких

керівники будуть зацікавлені у створенні таких систем. Для *України* впровадження такого досвіду зарубіжних країн у системі участі працівників у прибутках підприємства мало б подвійне значення: матеріальне стимулювання працівників доповнювалося б впевненістю їх у майбутньому, зокрема у стабільності доходів у пенсійному віці та підвищенні життєвого рівня людей пенсійного віку. Використання системи участі працівників у прибутках дасть змогу значно підвищити мотиваційний елемент для усіх працівників. Це забезпечить підвищення результатів діяльності підприємства, а отже, збільшення прибутку, який, у свою чергу, створює базу економічного розвитку держави в цілому.

Список літератури: 1. www.uchkom.rf - «УчКом» - Академія бізнес – практик. 2. Гриньова В.М., Шульга Г.Ю. Економіка праці та соціально-трудові відносини: Навч. посіб. — К.: Знання, 2010. — 310 с. 3. Рисін И. Е., Трещевский Ю. И. Економіка участі //Режим доступу: <http://russeca.kent.edu/>.

УДК 331.102.344:061.66

І.В.Коваль, аналітик, здобувач, Інститут регіонального розвитку, Львів

КОНСАЛТИНГ ЯК ЧИННИК РОЗВИТКУ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ОРГАНІЗАЦІЇ

В сучасних умовах дедалі більшого значення набуває проблема розвитку інтелектуального потенціалу організацій, які функціонують у різних сегментах господарського комплексу України. Це зумовлюється як загальними тенденціями розвитку світової економіки, так і особливостями посткризового етапу діяльності вітчизняних підприємств.

Особливу роль у процесі формування інтелектуального потенціалу організації, як «сукупності інтелектуальних здібностей працівників (знань, умінь, інформації, цінностей, навиків тощо) і можливостей їх розкриття, розвитку і використання» [5], відіграє консалтинг. Завдяки широкому спектру послуг, які надаються сучасними консалтинговими компаніями, відбувається прирощування не лише професійно-кваліфікаційного, але і творчого потенціалу підприємств та організацій, які співпрацюють з консультантами. Це відбувається завдяки використанню в сучасному консалтингу таких інструментів, як коучинг, рекрутинг, фанд-райзинг, футуโรปрактика та багатьох інших.

Бізнес-консалтинг як самостійний напрям почав розвиватися з кінця ХХ століття, що було обумовлено досягнення такого рівня розподілу праці, за якого управління організацією перетворилося на окрему сферу діяльності. Фірми стали залучати консультантів до виконання тих робіт, з якими не могли справлятися власними силами. Окремі завдання навіть переростали у величезні проекти, в реалізації яких брали участь десятки і сотні консультантів [1].

В сучасних умовах консалтинг охоплює широке коло завдань, пов'язаних з розвитком інтелектуального потенціалу підприємств та організацій, а до сфери його прикладних інструментів впевнено увійшли розробки не лише управлінської та економічної наукових шкіл, але й останні здобутки вчених-психологів та соціологів.

У цьому контексті слід акцентувати увагу на тому, що консалтинг – це вид інтелектуальної діяльності, основне завдання якого полягає в аналізі, обґрунтуванні перспектив розвитку і використання науково-технічних і організаційно-економічних інновацій з урахуванням наочної області і проблем клієнта [2]. Тобто, консалтингова діяльність чинить двобічний вплив на розвиток інтелектуального потенціалу організацій: з одного боку, вона дає змогу адаптувати в підприємницькому середовищі наукові та інші інноваційні розробки, пов'язані з методологією та психологією управління, а з іншого – виступає своєрідним інтелектуальним полігоном для апробування нових управлінських технологій, збагачуючи консалтинговий інструментарій прикладними розробками, набутими в процесі консалтингової діяльності.

Окрему увагу слід звернути на те, що консалтинг забезпечує не стільки максимізацію, скільки оптимізацію інтелектуального потенціалу організації. А це повністю узгоджується з висновками вітчизняних науковців, отриманими в результаті ґрунтовного дослідження цієї проблеми. Адже у процесі співпраці з консультантами, відбувається налагодження максимально тісного суб'єктивно-психологічного контакту, що дає змогу забезпечувати такий рівень розвитку інтелектуального потенціалу організації, який відповідає найбільшому ефекту від використання людських ресурсів та мінімізує неефективні витрати фінансових ресурсів на підвищення рівня інтелектуального потенціалу [3].

На жаль, в Україні інтенсивність використання послуг консалтингових компаній значно поступається аналогічним показникам розвинених держав світу. Основними причинами цього виступає переважна недовіра учасників ринку до консалтингових структур, прагнення захистити комерційну інформацію, недооцінка інтелектуальної спроможності консалтингових компаній, а також низький рівень кваліфікації управлінського персоналу. Всі ці чинники, у своїй основі, є породженням пострадянського стилю управління та адміністративної поведінки. Адже функції менеджменту підприємств в умовах існування неконкурентного ринку зводилися в основному до налагодження закритих схем взаємодії керівників таких підприємств з планово-адміністративними органами та владними інституціями. При цьому ефективний консалтинг був унеможливлений через відсутність відкритих правил економічної взаємодії між підприємствами, кожне з яких прагнуло отримати доступ до дефіцитних ресурсів на основі налагоджених особистих контактів та зв'язків.

Цим зумовлюється також і наявний факт характерного формування професійних вітчизняних дорадчих служб і робота на вітчизняному ринку консалтингових послуг значної кількості іноземних експертів. Відтак, українським консалтинговим компаніям доводиться долати власне відставання

за рахунок оволодіння іноземним досвідом, пристосування західних «ноу-хау» до реалій ведення вітчизняного бізнесу та пошуку шляхів внесення інноваційного вкладу в теорію і практику консалтингу [4].

Таким чином, пріоритетним напрямом діяльності консалтингових компаній у контексті розвитку інтелектуального потенціалу вітчизняних організацій є розробка нових консалтингових продуктів, у тому числі шляхом адаптації на український ринок найбільш ефективних форм і методів роботи, апробованих закордонними конкурентами в розвинених державах світу.

Список використаних джерел. 1.Єжова Л. Сектор консалтингових послуг / Інформаційний маркетинг [Електронний ресурс] / Л. Єжова. – Режим доступу: <http://library.if.ua/book/97/6736.html>. 2.Кацал І. Влучний удар / І. Кацал // Консалтинг. – 2006. – №5 (22). – С. 12–16. 3. Прокопенко О. В. Оцінка рівня інтелектуального потенціалу в системі стратегічного управління інноваційним розвитком підприємств [Електронний ресурс] / О. В. Прокопенко, В. Ю. Школа. – Режим доступу: http://mmi.fem.sumdu.edu.ua/sites/default/files/mmi2010_1_127_131.pdf. 4.Спільник І. Консалтингова діяльність в Україні: проблемні питання та аналітичні аспекти [Електронний ресурс] / І. Спільник. – Режим доступу: http://www.library.tane.edu.ua/images/nauk_vydannya/uip436.pdf. 5. Фролов О. Інтелектуальний потенціал та його оцінка на підприємстві [Електронний ресурс] / О. Фролов. – Режим доступу: http://www.rusnauka.com/16_ADEN_2011/Economics/10_88465.doc.htm.

УДК 338.45: 658.588

В.А. Кучинський, к.е.н., доцент НТУ «ХПІ», м. Харків

ЗВОРОТНИЙ ЗВ'ЯЗОК ЯК ІНСТРУМЕНТ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ПРОЦЕСУ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ

Зворотний зв'язок – це інформування партнера по взаємодії про сприйняття його діяльності іншими, реакції на неї, результатах і наслідках цієї діяльності. Зворотний зв'язок дозволяє своєчасно скоректувати поведінку і очікування з метою раціональнішого використання можливостей ситуації.

Зворотний зв'язок – це інструмент ділової взаємодії, уміле використання якої дозволяє істотним чином підвищити ефективність взаємодії і результативність роботи.

Здатність менеджерів встановлювати і підтримувати зворотний зв'язок з підлеглими дозволяє вирішувати наступні завдання:

- прояснювати цілі і уточнювати завдання, що стоять перед співробітником;
- підвищувати продуктивність і результативність роботи;
- навчати персонал;
- змінювати очікування, оцінки і самооцінки співробітників;
- розвивати взаєморозуміння;
- розвивати взаємну довіру;
- підтримувати позитивну атмосферу в організації;

- розвивати згуртованість і спрацьованість співробітників, формуючи командний підхід до роботи.

В результаті зворотного зв'язку менеджер отримує інформацію про хід виконання завдань, що дозволяє йому своєчасно виявляти і вирішувати виникаючі організаційні проблеми. Він може судити про підлеглих (їх настроях, очікуваннях, здібностях, мотивації, планах на найближче і віддалене майбутнє, оцінках і т.д.) і про те, як вони оцінюють стиль і якість управління, особистий внесок менеджерів, їх авторитет і вплив на організаційні і бизнес-процеси.

Для підтримки зворотного зв'язку від менеджменту потрібні досвід і навички конструктивного використання отриманої інформації; впровадження відповідних організаційних процедур і встановлення норм; виділення часу на підтримку зворотного зв'язку і осмислення його результатів; проведення змін за підсумками зворотного зв'язку (уточнення завдань, зміна ролей, корекція поведінки, навчання і т.д.).

Процес зворотного зв'язку здійснюється за наступними етапами:

1. Моніторинг діяльності співробітників, симптомів проблем, зміні їх результативності, відносинах і мотивації.

2. Аналіз отриманої інформації, визначення мети зворотного зв'язку, планування здійснення зворотного зв'язку.

3. Здійснення зворотного зв'язку.

4. Оцінка результатів. Ухвалення рішення щодо того, як поступити з отриманою інформацією.

Принципи зворотного зв'язку об'єднують такі поняття, як об'єктивність, конструктивність, цілеспрямованість і своєчасність, а також включають використання техніки причинного аналізу, опору на факти (а не висновки) і планування за часом і місцем.

Принцип об'єктивності заснований на безсторонності менеджера у виразі думок відносно підлеглих і колег.

Принцип конструктивності виходить з того, що фокусувати увагу підлеглих слід на позитивному досвіді і досягненнях, наскільки незначними з погляду менеджера або самих співробітників вони б не здавалися.

Здійснюючи зворотний зв'язок, менеджер повинен мати ясне уявлення про цілі – принцип цілеспрямованості.

Суть принципу своєчасності полягає в тому, що ефективність зворотного зв'язку обернено пропорційна часу, що пройшов з моменту здійснення певного вчинку або виконання завдання. Найбільш ефективний негайний зворотний зв'язок, без відстрочення до закінчення виконання завдання.

В.В.Воліков, аспірант, Національний технічний університет «ХП», Харків
М.І.Ларка, професор, канд. екон. наук, доцент, Національний технічний університет «ХП», Харків

ФОРМУВАННЯ СИСТЕМИ ФАКТОРІВ ВПЛИВУ НА РОЗВИТОК ТОРГОВОЇ МАРКИ

Довірчі стосунки, в результаті яких споживач отримує задоволення від використання товару під даною торговою маркою, можуть виникнути лише в тому випадку, якщо повідомлення бренду є об'єктивними, а його цінності є чітко позиціонованими [1]. Інакше споживач віддасть перевагу товару, який реалізується під брендом іншого підприємства, яке змогло визначити та сформулювати, особливості свого бренду і проінформувати споживачів, якою перевагою він володіє.

В даний час, поняття «бренд» охоплює підприємства, які під власними торговими марками просувають свою продукцію на ринок за допомогою маркетингових заходів, націлених на задоволення споживачів: їх смаків і бажань, а також виявлення їх прерогатив. Сама суть створення успішного бренду (назвемо його «преміум-бренд») полягає в тому, щоб бренд ідентифікував кращі характеристики і властивості продукції та вів супровід товару на ринку за допомогою бренд-комунікацій з потенційними споживачами, надаючи інформацію про продукт якомога більшому числу споживачів та допомагаючи реалізовувати його за вищою ціною. Преміум-бренд підприємства формується за рахунок соціальних стереотипів, які дозволяють споживачам заявити про свій успіх та високий статус, купуючи продукцію під певною торговою маркою. Іншими словами, преміум-бренд – це успішна торгова марка, яка змогла стати брендом, та досягнувши суспільного визнання, дає переважний соціальний статус споживачеві, а споживач, зі свого боку, готовий платити підприємству-власникові бренду преміальні за володіння брендованою продукцією.

Підприємство-власник преміум-бренду повинно з певною обережністю ставитися до питань проведення рекламних кампаній та просування бренду на ринок в цілому. Інакше споживач не пробачить помилок, які будуть пов'язані з частковим або недобросовісним виконанням заявлених обіцянок бренду [2], та в свою чергу, може повністю відмовитися від використання продукції даного бренду. Існує цілий ряд чинників впливу на розвиток торгової марки, які є пов'язаними з пізнанням ідеології свого споживача, його способу життя, прагнень, бажань, життєвих позицій і цілей, а також виявленням їх і поширенням на ментальність бренду та його образ (його нематеріальну підоснову). Схема формування системи факторів впливу на розвиток торгової марки в бренд представлена на рис 1.

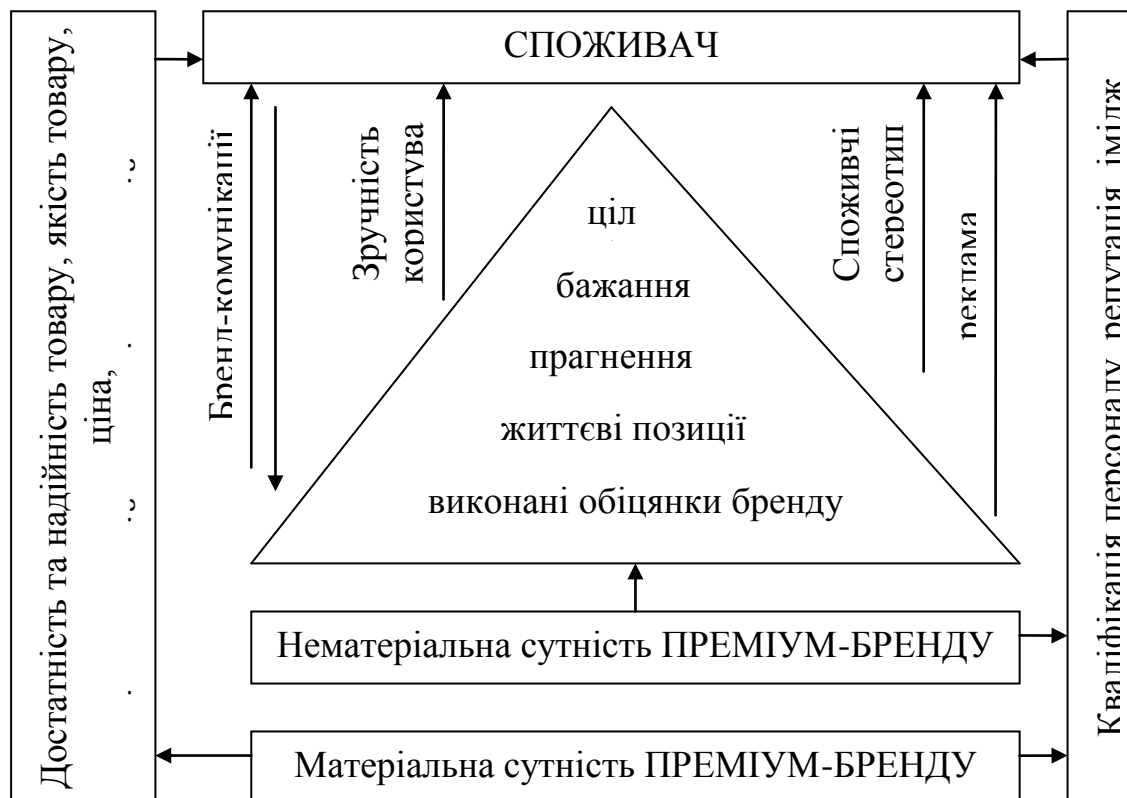


Рис. 1- Формування системи факторів впливу на розвиток торгової марки в бренд

Кінцева мета такого поширення полягає в зближенні стосунків між брендом та споживачем до такого рівня, коли споживач не зможе відмовитися від даного бренду ні за яких обставин та не зможе уявити своє життя без даного бренду. В цьому власне і повинна полягати сутність преміум-брендів.

Преміум-бренд має завжди залишатися ексклюзивним, тобто таким, який є здатним постійно підтримувати довкола себе ауру недоступності і тим самим лестити самолюбство клієнтів з одного боку, і в той же час бути достатньо доступним і відомим, а також враховувати всі можливі аспекти, які можуть впливати на думку споживачів з іншого, для того, щоб споживачі змогли позитивно оцінювати володіння ним, — інакше для них володіння брендом втрачає будь-який сенс.

На прийняття споживачем рішень стосовно покупки бренду впливають ще й такі чинники, як надійність, достатність, тривалість роботи підприємства на ринку [3], популярність (реклама), діалог (бренд-комунікації), якість товару, прийнятність ціни, якість гарантійного та післягарантійного обслуговування, кваліфікація персоналу, близькість та зручність розташування точок продажу і сервісного обслуговування. Не менш важливим є й показник репутації підприємства, його імідж, який можна оцінити за кількістю споживачів даного бренду та їх прагненням купувати нові товари, які були виготовлені під вже

існуючим брендом, і з якими підприємство виходить на ринок, доповнюючи лінію вже існуючих товарів.

Литература: 1. Шульц Д., Барнс Б., Стратегические бренд-коммуникационные кампании / Дон Е Шульц, Бет Е. Барнс. – М.: Издательский дом Гребенникова, 2003. – 512 с. 2. Элвуд А., Основы брендинга: 100 приемов повышения ценности товарной марки / Айен Элвуд. – Пер. с англ. Т. Новиковой. – М.: ФАИР-ПРЕСС, 2003. – 336 с.: ил. 3. Аaker Д., Создание сильных брендов: Пер. с англ. – 2-е изд. – М.: Издательский дом Гребенникова, 2008. – 440 с.

УДК 658.589

А.В. Малецький, аспірант, Автомобільно – дорожній інститут ДВНЗ
«Донецький Національний технічний університет», Горлівка

КАДРОВІ ПЕРЕДУМОВИ В КОНТЕКСТІ УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ ПРОДУКЦІЇ ВИРОБНИЧИХ ПІДПРИЄМСТВ

Сучасні світові інтеграційні процеси об'єктивно підвищують актуальність проблеми розвитку конкурентних переваг в виробництві, якості виробленої продукції та фахівців. Це пов'язано передусім з необхідністю виходу підприємств на світовий ринок, зростанням конкуренції та зацікавленістю у підвищенні таких показників, як прибуток, рентабельність, ефективність господарської діяльності.

Результати діяльності виробничих підприємств значно залежать від якості та конкурентоспроможності продукції, можливості пристосування до вимог конкретних ринків через оцінку відповідних рівня якості, технічних, економічних, соціальних параметрів продукції, її ціни, термінів постачання, гарантійного обслуговування та інших параметрів. Проте низький технічний рівень виробництва, недостатнє фінансування науково-дослідних робіт, не достатня кількість відповідного персоналу, не дають можливості підприємствам виробничої галузі розвиватися в напрямку досягнення більш високих показників якості продукції на власній науково-технічній основі.

У таких умовах найбільш ефективним засобом забезпечення якості продукції стає активізація трудового потенціалу працівників. Вітчизняне виробництво характеризується далеко не повним використанням соціальних факторів управління для підвищення якості продукції. Недостатня увага до проблем соціального управління зменшує роль роботи, яка виконує найбільш активну функцію у підвищенні якості продукції та ефективності виробництва. Тому потрібний пошук нових підходів до забезпечення якості вітчизняної продукції.

Аналізуючи останні дослідження та публікації: питання, якості продукції, творчої активності персоналу на підприємстві, його стимулювання та підвищення ефективної діяльності працівників були і залишаються предметом

постійних наукових досліджень. Проте дана проблема досліджена недостатньо комплексно та глибоко, оскільки перехід до інноваційної економіки України та її підприємств тривалий і специфічний, характеризується трансформаціями в усіх сферах суспільного життя і потребує вирішення проблеми якісного кадрового забезпечення інноваційного розвитку економіки, та нових рішень в управлінні якістю виготовленої продукції.

Різні аспекти проблеми формування якісного забезпечення розвитку персоналу, якості продукції досліджували вчені: Амоша О., Безчасний Л., Бойко Е., Богиня Д., Борецька Н., Панков В., Семиченко В., Тупик І., Хрящева Е., Б. Карлофф, Е. Райхман, Д. Джурін, Еттінгер-Сіттіг, Фейгенбаум, та ін.

Метою роботи є: розкрити зміст необхідності інноваційного персоналу, використання та стимулювання наукових кадрів, тобто мотиваційних чинників.

Мотивація професіоналізму є гарантом стабільності і засадою подальшого професійного зростання. Ці твердження можуть бути справедливими згідно з приведеного Тупик І. що: професійно мотивований робітник вважає важливою умовою діяльності реалізації своїх професійних навичок, знань та можливостей. Його в значній мірі цікавить зміст труда і характер праці [2]. Керуючись роботами Семиченко В. можливо стверджувати, що одним із значущих чинників підготовки інноваційного персоналу (нових кадрів) є формування дослідницької культури, яка крім вмотивованості включає такі складові, як інформованість персоналу, технологізованість, наявність специфічних умінь - володіння науковою мовою, вмінь будувати модель явищ [3].

Таким чином на нашу думку та ґрунтуючись на наукові праці та твердженнях Комарова Е. однією з задач підприємств, їх керівництва є створення умов для більш повного використання творчих здібностей кожного працюючого на підприємстві, його службово-професійного переміщення. Тобто всебічно сприяти створенню концептуально нового інноваційного персоналу. Чим вище ініціативність і творча активність робітників, тим вище конкурентоздатність і ефективність підприємства [6].

Також багато спеціалістів, а зокрема Хрящева Е., підкреслює, що розвиток персоналу є ключовим фактором успіху сучасного бізнесу, науковці притримуються думки, що є два способи формування ефективної команди співробітників, а саме принципово нового інноваційного персоналу, який є зацікавлений в розвитку творчої ініціативи і досягненні високих результатів праці[7].

Висновок: керуючись вище приведеними дослідженнями на підприємствах повинно відбуватися формування нового інноваційного персоналу. В сучасних умовах керівництво підприємств повинно спонукати та допомагати постійному підвищенню кваліфікації своїх співробітників, мотивувати їх інтерес до кар'єрного зростання, тому що інноваційний персонал є фактором інноваційного розвитку та конкурентоспроможності підприємства, гарантом якості виготовленої продукції серед фірм конкурентів.

Перелік посилань. 2. Тупик И. Стимулирование профессионализма персонала как неотъемлемый фактор наращивания интеллектуального потенциала предприятия / И. Тупик // Довідник кадровика. – 2004 . - № 4. – С.84-90. 3. Семиченко В. Проблема формування дослідницької культури молодих науковців / В. Семиченко // Післядипломна освіта в Україні. – 2006. - № 1. – С. 19-28. 6. Комаров Е. Управление карьерой / Е. Комаров // Управление персоналом. – 1999. - № 1. – С. 37-42. 7. Хрящева Н. Развитие персонала – ключевой фактор успеха бизнеса / Н. Хрящева // Управление персоналом. – 2002. - № 10. – С. 42-44.

УДК 338

O.V.Mudra, postgraduate, “Management of production” department, DonNTU, Donetsk

ANALYSIS OF THE FOREIGN EXPERIENCE OF SOCIAL PARTNERSHIP ON EDUCATION AND LABOR MARKETS

Formation of the competitive economy of Ukraine and increased competition in domestic and foreign markets requires a higher skill level and knowledge of personnel, its ability to the risks of generation of new ideas and the manifestation of creativity, willingness to change and increase accountability. Unfortunately today, most domestic enterprises report significant low level of training personnel to the requirements and competences required in the enterprise. The achievement of the necessary level of the staff competence requires local attention to the development and implementation of mechanisms for training and staff development. The implementation of these tasks determines the necessity for the research, formation and the establishment of partnership on the labor and education markets, taking into account the international experience of similar problems.

The purpose of the article is the research of the interaction experience of the social partners on the market of education and labor; to analyse the foreign experience of social partnership and opportunities for its use in domestic practice.

The mechanisms of interaction between different subjects in the process of social partnership are given in the publications of Haydulina F., O. Hrishnova, V. Heyets, A. Colot, O. Kutsenko, T. Liashenko, D. Nelipa, O. Martyakova, N. Nyzhnyk, S. Dubenko, L. Pashko et al. [1-4].

Social partnership in a general sense - is a social activity of different social groups [5]. Thus it can be carried out continuously, and through special program in the individual measures of social partnership. Some domestic experts consider social partnership as dynamic process inherent in a democratic society for socio-economic and political conditions and the result of painstaking collaboration, interest parties relationships. Mavrina S.P defines social partnership as a special kind of social and labor relations, to be present only in a market society providing the optimal ratio of the main interests of different social groups [6]. In modern conditions the criteria of reproduction of human potential became fundamental. Social partnership can be

described as the direction of human development, representing a relatively effective mechanism of attraction of the wide range of participants for a joint decision of the problems of imbalance on the education and labour market allowing partners to coordinate a balanced responsibility for the outcome, promoting the use of all available resources of partners for the synergistic effect of their joint cooperation.

Extremely important in the study of social partnership is not only an analysis of national practice, but research of foreign experience of integration processes in education. In this context, special attention is paid to Europe experience. The process of formation and development of social partnership of European countries has been very difficult and even today has some difficulties. Issues of structure and content of education as well as forms and directions of cooperation of social partnership in each country have their own characteristics. However, there are certain characteristics. Thus, the role of representatives of the labor market for example, reduces to the: participation in the development of qualification requirements and professional standards, the formation of the priorities of education in the workplace, participation in the formation of state policy and decision-making in education, participation in elaboration of the education programs, identification of the requirements for the content of education and the final assessment, mobilization of financial resources and control over their use, participation in management of educational institutions. The basic model of regulation of vocational training and education: liberal (UK) neokorporatyvna (Netherlands, Denmark) government intervention (France), mixed (Germany).

Thus, the partnership on the market of education and labor is very special type of social interaction aimed at on the one hand- training for creative, professionally competent, mobile, easily adapted to changes specialists, on the other - the process of self actualization of participants of educational process, trying to make positive changes in education, namely to bring the potential of this system in their current state.

The following issues are included in the scope of the interests of social partners: the definition of educational content and quality of curricula and programs, formation of a single European space for distance training, the definition of the terms and purposes of qualifications and basic professional skills, professional orientation, the length of compulsory education, training teachers structure, organization and implementation of production training, provision with employment, organization and operation of further study and its availability, provision with the law on all the above issues. To shape of social partnership depends on the basic model of education and training, adopted in a particular country which, in turn, is formed depending on the type of industrial relations.

Literature. 1. Геєць В.М. Суспільство, держава, економіка: феноменологія взаємодії та розвитку /В.М. Геєць . – К. : НАН України. Ін-т екон. та прогнозів. НАН України, 2009. – 864 с. 2. Куценко О.Д. Спеціальні та галузеві соціології: навч. посібник / О.Д. Куценко, О.І. Вишняк, В.Є. Пилипенко. – К.: Каравела, 2003. — С. 25. 3. Мартякова О.В. Инновационные технологии в системе гармонизации рынков труда и образования / О.В. Мартякова - Маркетинг і менеджмент інновацій.- 2010.- № 2.- С. 160-169. 4. Нижник Н. Соціальне партнерство як виклик сьогодення / Н. Нижник, С. Дубенко, Л. Пашко // Політичний менеджмент. – 2005. – № 2 (11). – С. 46–54. 5. Социальное партнерство: Слов. – справ. /

Акад. труда и социал. отношений; Байдаченко П.Г. и др. М.: Экономика, 1999. – 235 с. 6. Маврин С.П. Социальное партнерство в трудовых отношениях: понятие и механизм осуществления / С.П. Маврин // Российское трудовое право на рубеже тысячелетий: Всерос. науч. конф. [сб. материалов]; под ред. Е.Б. Хохлова, В.В. Коробченко. – СПб., 2001. – Ч. 2. – 250 с.]

УДК 658.3.014.1

Т.С.Обиденнова, асистент, аспірант, УПА, Харків

КАДРОВА ПОЛІТИКА ПІДПРИЄМСТВА ЯК ОСНОВА ЙОГО ДІЯЛЬНОСТІ НА РИНКУ

В умовах становлення та розвитку ринкової економіки в Україні зростає роль форм і методів управління підприємством, яке, в свою чергу, потребує систематичної інформації про здійсненні господарські процеси, їх характері і об'ємі, про наявність матеріальних, трудових та фінансових ресурсів, їх використані, власному капіталі, зобов'язаннях і фінансових результатах діяльності.

Часто форми і методи управління є не досить ефективними і не досягають поставлених цілей. Вирішенню цієї проблеми має сприяти чітко структурована та детально розроблена стратегічно орієнтована політика організації, найважливішою складовою частиною якої є кадрова політика.

В сучасних умовах кадрова політика підприємства спрямована на формування такої системи роботи з кадрами, яка орієнтувалася б на отримання не тільки економічного, але і соціального ефекту за умови дотримання чинного законодавства.

Цільова задача кадрової політики може бути вирішена по-різному, і вибір альтернативних варіантів достатньо широкий – від звільнення працівників до переходу до гнучких графіків роботи персоналу в умовах кризи, до оптимізації складу працівників підприємства відносно вимог сьогодення, що є можливим лише за умови використання сучасних підходів. При виборі кадрової політики враховуються чинники, властиві зовнішньому і внутрішньому середовищу підприємства.

Кадрова політика підприємства в сучасних умовах має відповідати наступним вимогам:

1. Бути кадровим забезпеченням реалізації стратегії підприємства.
2. Бути достатньо гнучкою.
3. Бути економічно обґрунтованою.
4. Забезпечити індивідуальний підхід до своїх працівників.

Таким чином, кадрова політика направлена на формування такої системи роботи з кадрами, яка орієнтувалася б на отримання не тільки економічного, але і соціального ефекту за умови дотримання чинного законодавства.

Зміст кадрової політики не обмежується наймом на роботу, а торкається принципових позицій підприємства відносно підготовки, розвитку персоналу, забезпечення взаємодії працівника і організації. Тоді як кадрова політика пов'язана з вибором цільових задач, розрахованих на дальню перспективу, поточна кадрова робота орієнтована на оперативне рішення кадрових питань. Між ними повинна бути, природно, взаємозв'язок, який звичайний між стратегією і тактикою досягнення поставленої мети.

Аналіз існуючої в конкретних організаціях кадрової політики дозволяє виділити ступінь відвертості організації по відношенню до зовнішнього середовища при формуванні кадрового складу, її принципова орієнтація на внутрішні або зовнішні джерела комплектування. По цій підставі традиційно виділяють два типи кадрової політики — відкриту і закриту.

Відкрита кадрова політика, характеризується тим, що організація прозора для потенційних співробітників на будь-якому структурному рівні. Новий співробітник може почати працювати як з самої низової посади, так і з посади на рівні вищого керівництва. В граничному випадку така організація готова прийняти на роботу будь-якого фахівця, якщо він володіє відповідною кваліфікацією, без урахування досвіду роботи в цій або споріднених їй організаціях.

Закрита кадрова політика характеризується тим, що організація орієнтується на включення в свій склад нового персоналу тільки з низького посадового рівня, а заміщення вакансій вищих посадових позицій відбувається тільки з числа співробітників організації.

Залежно від фази менеджменту, що практикується в організації, я можна виділити кадрові програми різного типу, орієнтовані на рішення оперативних, тактичних або стратегічних задач. Програми включають різні кадрові заходи, окремі напрями роботи і проекти, направлені на підвищення якості персоналу, розвиток його здатності вирішувати задачі, диктовані етапом розвитку організації.

На кадрову політику в цілому, зміст і специфіку конкретних програм і кадрових заходів впливають чинники двох типів: зовнішні і внутрішні.

Як правило, наявність навіть невеликої кількості непривабливих для працівників задач вимагає від менеджера по персоналу створення спеціальних програм залучення і утримання співробітників в організації;

Таким чином формування сучасної кадрової політики промислового підприємства залежить від ряду факторів, які обов'язково необхідно враховувати з метою реалізації ефективної кадрової політики підприємства.

З наведеної вище інформації можна зробити висновок, що діяльність керівного персоналу, в першу чергу, зумовлена особливостями кадрової політики, впроваджуваної на підприємства, однак дуже часто кадрова політика обмежується «рамками, що склалися за тривалий час роботи підприємства», тобто потребує новачій них трансформацій. Таким чином, чим більш підприємство орієнтоване на зовнішній ринок, тим більш відкритою і гнучкою має бути його кадрова політика.

О.А.Сливка, Тернопільський інститут МАУП

ВИКОРИСТАННЯ КОНЦЕПЦІЇ ЛЮДСЬКОГО РОЗВИТКУ В СИСТЕМІ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЛЮДСЬКОГО РОЗВИТКУ

До однієї з принципових характеристик соціально-економічного розвитку України на даний час можна віднести дедалі більшу диференціацію умов забезпечення людського розвитку в різних регіонах, відмінності між якими за структурою економіки, її відкритістю та здатністю до модернізації, а також за складом населення, рівнем та якістю його життя дуже великі. У радянський період в результаті політики, спрямованої на підвищення концентрації та спеціалізації виробництва, виникли величезні диспропорції регіональних соціально-економічних потенціалів. Процес соціально-економічної поляризації регіонів України наприкінці 90-х рр. ХХ ст. привів до їх поділу на кілька груп, що мають різні величини індексів людського розвитку.

Перспективи подальшого розвитку людського потенціалу в Україні залежатимуть від здатності українських лідерів та органів влади повною мірою використати можливості та вирішити завдання, пов'язані з впровадженням курсу європейської інтеграції. На думку експертів, процес європейської інтеграції надає унікальний шанс належним чином покращити рівень людського розвитку в країні.

Спрямовуючи свою діяльність на курс європейської інтеграції і використовуючи здобутки досліджених концепцій розвитку, держава створює умови для забезпечення можливостей розвитку людського потенціалу. При побудові системи забезпечення людського розвитку в Україні необхідно враховувати всі здобутки і орієнтири глобальної концепції людського розвитку, Цілі Розвитку Тисячоліття (ЦРТ) для України, вимоги ЄС щодо соціального залучення (СЗ), концепцію соціальних бід, концепцію безпеки особистості (Рис. 1.).

На нашу думку, система забезпечення людського розвитку в Україні має бути спрямована на досягнення головної мети глобальної концепції людського розвитку, що полягає у формуванні високо розвинутої благополучної людини в суспільстві, залучаючи для цього три основні складові суспільства (владу, бізнес та громадськість) і використовуючи засоби державної соціально-економічної політики, підприємницького капіталу, соціальної відповідальності бізнесу, інститутів громадянського суспільства.

Сформована система забезпечення людського розвитку в Україні дасть можливість використати економічний та соціальний розвиток країни та її регіонів для досягнення прогресивних цілей розвитку людського потенціалу.

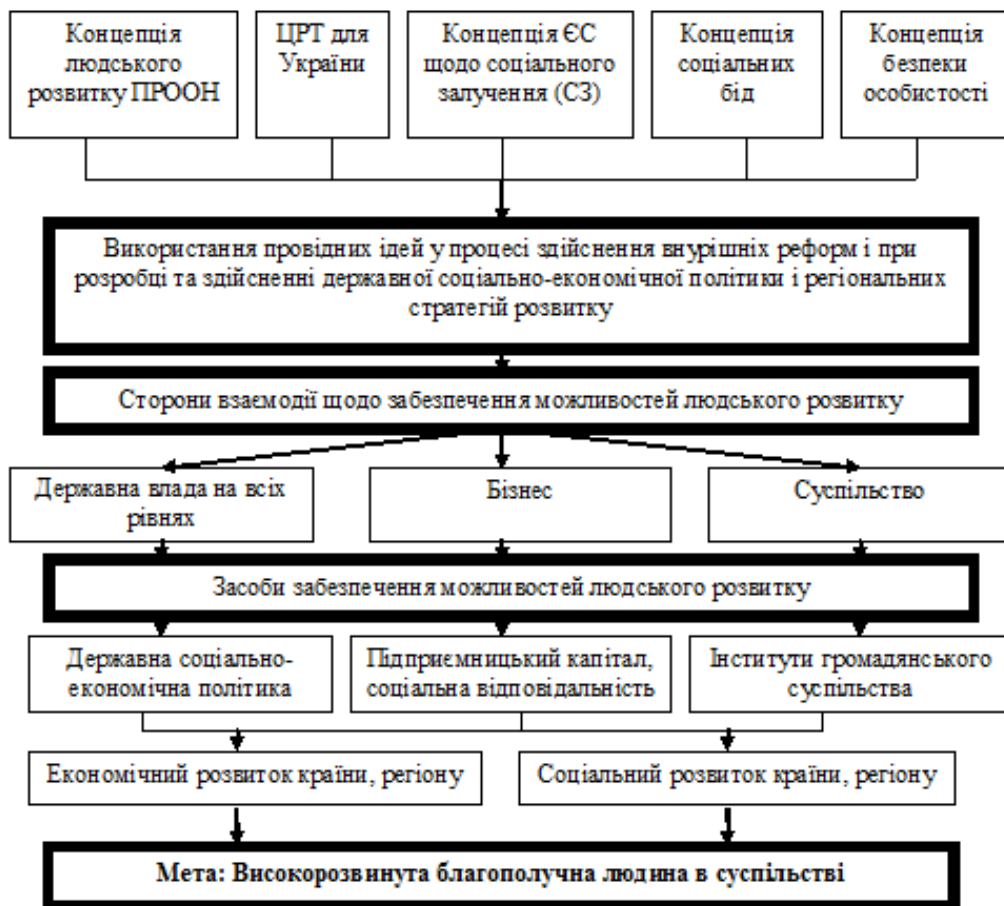


Рис. 1- Використання здобутків прогресивних концепцій розвитку для побудови системи забезпечення людського розвитку в Україні.

Для забезпечення умов людського розвитку в Україні важливою є консолідація зусиль трьох складових суспільства – влади, бізнесу та громадськості. Встановлення партнерських відносин між владою та бізнесом, активізація діалогу між державою та суспільством є запорукою прогресу, спрямованого на досягнення ЦРТ. Ці відносини будуються на таких принципах: держава бере на себе відповідальність за досягнення ЦРТ, підвищення рівня життя населення країни, забезпечення соціальних гарантій, отримуючи натомість легітимність влади та підтримку суспільства; держава забезпечує гарантії прав власності, сприятливий підприємницький клімат та сприяння бізнесу, отримуючи замість того підтримку з боку національного капіталу та дотримання ним встановлених державою норм і правил; рівновага між суспільством та капіталом створюється за принципом: чесний бізнес – підтримка суспільством його інтересів та дій.

Ефективна взаємодія соціальних партнерів – держави, роботодавців, профспілок та громадськості, досягнення оптимального балансу та розподілу сфер відповідальності між державою, бізнесом та громадою має прискорити людський розвиток. Соціальна відповідальність бізнесу активно залучає досвід

та знання ділових кіл до формування соціально-економічної політики з урахуванням викликів ЦРТ, завдання глобального розвитку, вихід вітчизняного бізнесу на європейські ринки, співпраця з іноземними інвесторами та постійно зростаюча конкуренція вимагають дотримання загальноприйнятих у світі стандартів – соціальної відповідальності, прозорості, готовності звітувати перед громадою.

Створення механізмів досягнення консенсусу між владою, бізнесом та громадянським суспільством має забезпечити як виконання завдань ЦРТ, так і проведення необхідних Україні реформ [2].

Що стосується забезпечення людського розвитку на регіональному рівні, то конкретні заходи державної політики з метою сприяння розвитку людського потенціалу з урахуванням регіональних відмінностей потребують подальшої розробки та обґрунтування.

Тенденції й проблеми регіонального розвитку України, пов'язані із становленням ринкової економіки, громадянського суспільства, зумовлюють необхідність нової державної регіональної політики, покликаної подолати існуючі диспропорції у розвитку окремих регіонів. Але це означає не вирівнювання їх за економічними показниками чи рівнем виробництва на одну особу, а насамперед стандартизацію рівня та умов життя населення, забезпечення рівного доступу до якісних освітніх та медичних послуг, сучасного комфортного житла, рівних умов зайнятості як основного джерела доходів. Водночас, реалізація єдиних стандартів рівня життя населення досягається забезпеченням ефективності бюджетних витрат, управління в цілому та ефективною діяльністю місцевих органів влади. Головною метою державної регіональної політики на сучасному етапі має бути забезпечення державних стандартів (нормативів) та державних соціальних гарантій гідного рівня життя кожного громадянина, незалежно від місця його проживання [1].

Література: 1. Система соціально-економічного забезпечення людського розвитку в умовах трансформаційної економіки: автореф. дис... канд. екон. наук: 08.00.01 [Електронний ресурс] / Н.В. Томчук; Київ. нац. ун-т ім. Т.Шевченка. — К., 2009. — 20 с. 2. Цілі розвитку тисячоліття. Україна 2010. Національна доповідь. Міністерство економіки України, ПРООН. — Київ: 2010. — 108 с.

УДК 007 : (316.344.32 : 331.108)

О. В.Хитра, кандидат економічних наук, доцент, Хмельницький національний університет, Хмельницький

ІНТЕЛЕКТУАЛЬНИЙ КАПІТАЛ ЯК КАТЕГОРІЯ ЕКОНОМІЧНОЇ СИНЕРГЕТИКИ

Цивілізація входить у принципово новий етап розвитку, який умовно можна назвати «економікою стресу», або постіндустріально-біфуркаційним

періодом, що докорінно відрізняється від усіх попередніх завдяки вирішальному значенню інформаційно-інноваційних ресурсів, пов'язаних зі створенням, акумуляцією, опрацюванням інформації, трансформацією її у конкретні інновації, готові до безпосереднього практичного застосування. На зміну економіці індустріальній, коли переважало масове виробництво, прийшла економіка, заснована на інтелектуальній праці, людському капіталі.

Логіку переходу від технологій high-tech до технологій high-hume може пояснити міждисциплінарний синергетичний підхід, що акцентує увагу на проявах когерентності та коеволюції на різних етапах розвитку складних систем будь-якого походження.

У рамках неокласичної економіки традиційна економічна категорія «праця» поступово поглинається узагальненим поняттям «капітал». За допомогою знань, інтелекту підприємців капітал набуває ознак складної і динамічної форми радикального біфуркаційного перетворення ціннісно-вартісної дисипативної структури. Інтелектуальний капітал можна охарактеризувати як складну, здатну до самоорганізації динамічну дисипативну структуру з чергуванням стійкості і нестійкості самонаростання його вартості.

Інтелектуальний капітал демонструє здатність до самоорганізації (самовпорядкування, самозабезпечення, самовідтворення, самозбереження, самоуправління). Базова функція інтелектуального капіталу – створення нової вартості шляхом реалізації наданих інтелектуальними ресурсами можливостей, тобто шляхом використання інтелектуального потенціалу. Якщо інтелектуальний потенціал – це можливості, створені інтелектуальними ресурсами, то інтелектуальний капітал – це реалізований (ефективно використаний) інтелектуальний потенціал. Отже, рівень інтелектуального капіталу організації є свідченням того, наскільки закладений в інформаційних ресурсах потенційний синергізм реалізувався у реальний синергічний ефект.

Створення та вміле і своєчасне використання новітнього знання приводить до стрибкоподібних організаційних змін та нового якісного стану організації, що базується на унікальних компетенціях, які виникли на базі абсолютно нового знання. Інформаційний ресурс є найефективнішим засобом припливу негентропії в систему (самовпорядкування), оскільки інформація (нові знання, досвід, ідеї) має максимальну здатність до підвищення рівня впорядкованості системи і характеризується мінімальним рівнем дисипативної здатності.

Складові інтелектуального капіталу уособлюють інтеграційні сховища старих знань або мають потенціал генерації нових знань. Синергічний ефект може бути досягнутий за рахунок гармонійного сполучення і взаємозбагачення в єдиному механізмі складових інтелектуального капіталу – людського, структурного, процесного, інноваційного, організаційного, технологічного, інформаційного, клієнтського і соціального капіталів. Самоорганізація припускає наявність зв'язків між цими компонентами, які можуть не тільки перебудовуватися, але й виникати заново, вишукуючи шляхи найбільш адекватного пристосування до вимог мінливого середовища.

У контексті інтелектуалізації економіки синергетичне забарвлення можуть мати: результати інноваційних управлінських рішень, у тому числі прийнятих на основі командної форми організації праці; впровадження нових технологій і досягнення нової якості продукту; стрибкоподібне підвищення рівня конкурентних переваг на різних ринках; результати очікування зацікавлених осіб як реакція на зміну іміджу; зміцнення корпоративної культури та формування нового психоемоційного клімату; самонавчання (самоорганізація) колективу; зростання ринкової вартості компанії тощо. Найбільше значення, на нашу думку, мають ефекти інформаційного, навчального, управлінського та, головне, інтелектуального синергізму.

Об'єднання інформації з іншими видами ресурсів, а також з іншою інформацією, що дає більший ефект, ніж звичайне об'єднання окремих корисних ефектів від кожного ресурсу окремо, можна позначити терміном «інформаційний (інформаційно-інноваційний) синергізм».

За синергетичного підходу пріоритетною є групова діяльність, де відбувається обмін досвідом, виявляються різні точки зору, активізується творчий потенціал кожного учасника, підвищується продуктивність взаємодії з іншими учасниками групової роботи, соціальна активність, і тому результати діяльності групи перевищують просту суму результатів роботи її окремих учасників. Особливо слід виділити таку складову корпоративного синергізму, як навчальний синергізм, під яким розуміється розвиток ключових компетенцій та обмін кращим досвідом.

Інший важливий момент – перспективи досягнення управлінського синергізму, що визначається передусім структурою ключових компетенцій персоналу, рівнем інноваційних, конкурентних та енергетико-інформаційних характеристик інтелектуального потенціалу. Синергізм менеджменту також пов'язаний зі збільшенням кадрового потенціалу, оскільки зростають можливості навчання, обміну досвідом, внутрішньої ротації кадрів; здійснення координації і контролю веде до найбільш ефективного розміщення кадрів і зниження витрат на різних стадіях розробок, виробництва й збуту.

Під ефектом інтелектуальної синергії, як наслідку концентрованого управлінського об'єднання і використання інтегрального інтелектуального потенціалу людських ресурсів підприємства (групи) керівництвом, слід розуміти «спільну інтелектуальну дію», якій дається визначення «сінтелектики» – науки про функціонування об'єднаного (колективного) інтелекту, який створює специфічний ефект акумуляції творчих (інтелектуальних) елементів складної системи, наділеної розумом (когнітивним рівнем).

О.В.Шубна, асистент, Донбаська державна машинобудівна академія,
Краматорськ

УПРАВЛІННЯ ЛЮДСЬКИМИ РЕСУРСАМИ ДОНЕЦЬКОГО РЕГІОНУ НА БАЗІ ВДОСКОНАЛЕННЯ ПРОФОРІЄНТАЦІЙНОЇ РОБОТИ В НАВЧАЛЬНИХ ЗАКЛАДАХ

Однією з найважливіших задач соціально-економічного розвитку господарського комплексу України є забезпечення раціонального використання трудових ресурсів у всіх регіонах країни. Для її вирішення потрібна об'єктивна оцінка продуктивних сил, які має в своєму розпорядженні суспільство, потреб господарського комплексу в робочій силі і шляхів найефективнішого і повнішого використання трудових ресурсів в країні і регіонах, виходячи з інтересів всього суспільства.

З метою досягнення збалансованого стану регіонального ринку праці, що передбачає динамічну відповідність між пропозицією робочої сили й потребами суб'єктів господарювання різних форм власності, розміщених у Донецькій області, у ресурсах праці; високопродуктивну зайнятість економічно активного населення; мінімальний рівень прихованого безробіття й соціально прийнятої межі регіонального безробіття пропонується система профорієнтаційних заходів з населенням щодо встановлення відповідності професійно-кваліфікаційної структури трудових ресурсів регіону потребам регіонального ринку праці.

1. Система заходів, спрямованих на вдосконалювання профорієнтаційної роботи з учнями загальноосвітніх закладів. Ця система містить в собі забезпечення й реалізацію таких заходів:

- регулярне проведення в школах області інформаційної й роз'яснювальної роботи щодо проблем професійного самовизначення, як серед учнів, так і серед їхніх батьків, з урахуванням розподілу трудових ресурсів у регіоні, реальних потреб ринку праці і їхніх змін у перспективі;

- систематичне проведення в загальноосвітніх школах спеціальних занять, бесід, позакласних заходів, спрямованих на сприяння самопізнання учнів, формування особистісного потенціалу, коректування ціннісних орієнтацій і поведінки, гармонізацію й узгодження «хочу», «можу» і «треба»;

- впровадження в штат соціально-психологічних служб загальноосвітніх закладів посади фахівця з профорієнтації або включення діючого в школі психолога в профорієнтаційну роботу;

- постачання загальноосвітнім закладам навчальних й інформаційно-довідкових матеріалів за тематикою профорієнтаційної роботи;

- залучення засобів масової інформації й центрів зайнятості до профорієнтаційної роботи, спрямованої на надання учням і їхнім батькам інформації про стан на регіональних ринках праці, попит і пропозиції на

відповідні професії, умови, форми і способи їхнього отримання, можливості подальшого працевлаштування, перспективі кар'єрного зростання й т. д..

2. Проведення роботи в галузі профорієнтації з учнями професійно-технічних училищ:

- здійснення профвідбору з використанням професійних психодіагностичних методик;

- проведення з учнями систематичної роботи зі сприяння розвитку здібностей, професійних якостей, формування індивідуального стилю діяльності;

- використання механізмів планування професійно-кваліфікаційного зростання, професійної кар'єри, працевлаштування.

3. Організаційно-психологічне сприяння працевлаштуванню випускників вищих навчальних закладів:

З боку освітніх установ:

- проведення маркетингових досліджень регіонального ринку праці, спрямованих на виявлення й аналіз вимог роботодавців до набутого досвіду, ділових і особистих якостей випускників;

- гнучка перебудова основних напрямів підготовки фахівців відповідно до результатів маркетингових досліджень;

- створення інституту наставництва шляхом залучення студентів старших курсів, що демонструють успішну поведінку на ринку праці, до процесу адаптації студентів молодших курсів до реалій на регіональних ринках праці;

- організація кар'єрної підготовки студентів кар'єрними викладачами, що є професіоналами і мають авторитет у певній сфері та реалізують власні проекти. Ця підготовка в першу чергу повинна бути спрямована на активне сприяння професійному самовизначенню й особистісному зростанню студентів і містити в собі такі заходи:

- консультації з питань вибору теми й проведення дипломного дослідження;

- визначення програм стажування;

- допомога щодо складання рекомендацій роботодавцеві;

- надання персональної допомоги з питань працевлаштування;

- включення найбільш перспективних студентів до власних проектів кар'єрних викладачів.

З боку роботодавців:

- формування кадрового резерву з найбільш активних і успішних студентів;

- участь у складанні освітнім закладом завдання на виробничу практику;

- замовлення на виконання дипломної роботи, що буде мати практичне значення для конкретного виробництва або діяльності компанії на регіональному ринку праці;

- організація стажування на майбутньому робочому місці;

- фінансування цільової підготовки молодого фахівця шляхом навчання за додатковою спеціальністю, що передбачає розширення діапазону знань, умінь, здібностей здійснювати конкретні психологічні операції й процедури.

6 СУЧАСНІ ВИКЛИКИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ МАРКЕТИНГУ

УДК 658.8:65.016

Н.В.Бабенко, магістрант, НТУ «ХПІ», Харків

УПРАВЛІННЯ МАРКЕТИНГОВИМИ ПРОГРАМАМИ ПІДПРИ- ЄМСТВА ЗА УМОВ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ

В роботі виконаний аналіз процесу планування, реалізації та контролю за результатами маркетингових програм з урахуванням впливу факторів глобалізації.

Ситуація на ринку змінюється надзвичайно швидко. Мало не щодня з'являються нові ринки збуту, розширюються торгівельні об'єднання, а засоби поширення інформації про товари і методи їх реалізації змінюються революційними темпами.

Основне завдання компанії, що виходить на один або кілька зарубіжних ринків вирішити, чи буде вона використовувати свій комплекс маркетингу до місцевих умов, а якщо буде, то якою мірою. Менеджер з маркетингу повинен опрацювати інформацію про потреби споживачів у даній країні і трансформувати її у концепцію товарів, які розробляє фірма. Ця концепція трансформується в реальну програму маркетингового плану, який поєднує елементи комплексу маркетингу (товар, ціна, просування, канали розподілу) для надання товарів цільовому ринку. З одного боку є компанії, що повсюдно використовують стандартизований комплекс маркетингу. Завдяки стандартизації товарів, реклами, каналів розподілу і інших елементів комплексу маркетингу зменшуються витрати. З іншого боку, існує принцип індивідуалізованого комплексу маркетингу, коли виробник спеціально пристосовує елементи комплексу маркетингу до специфіки кожного окремого цільового ринку. При цьому компанія має врахувати особливості та вимоги національного ринку і нести додаткові витрати в надії завоювати більш високу частку ринку та отримати більш високий прибуток завдяки вдалому пристосуванню маркетингової програми до особливостей вимог споживачів.

Таким чином, якщо компанія обирає стратегію стандартизації, то використовує єдину маркетингову програму, а якщо стратегію адаптації, то використовує спеціальну маркетингову програму для окремих ринків та товарів.

У даний час в економічній літературі вітчизняних і зарубіжних авторів недостатньо висвітленні підходи щодо розробки маркетингових програм з урахуванням впливу факторів глобалізації та інтернаціоналізації ринків та галузей, бо структура маркетингової програми тісно пов'язана з загальним стратегічним планом компанії. Процедура розробки маркетингової програми при цьому залишається стандартною. Спочатку розробляється загальний стратегічний план розвитку компанії, в рамках якого формуються маркетингові стратегії для бізнес одиниць, а далі окремі маркетингові програми для індивідуальних товарів або ринків, що передбачає певний маркетинговий комплекс і нарешті деталізований план субмаркетингового комплексу інструментів для кожного із виявлених товарів і ринків.

Таким чином загальна схема маркетингової програми набуває вигляду, наведеного на рисунку 1.



Рис.1– Схема маркетингової програми з конкретними прикладами

Процес розробки маркетингової програми зазвичай потребує багато часу, особливо в організаціях, в яких великий асортимент товарів і широке охоплення ринку. Причому кожен із цільових ринків може потребувати індивідуального набору маркетингових заходів і поглибленого прогнозування ресурсного забезпечення, необхідного для втілення програми в життя.

Таким чином, узгоджена маркетингова програма – це сукупність складових частин елементів комплексу маркетингу, жорстко пов'язаних з вимогами розробленої та прийнятою для реалізації компанією маркетингової стратегії. Практична реалізація цієї програми потребує розроблення бюджету. Процес формування бюджету починається зі складання прогнозу щодо обсягів збуту товарних одиниць за певний період (місяць, квартал, рік). Прогнозовані

показники витрат на програму маркетингу розраховуються і коригуються в залежності від очікуваних доходів та порівнюються з прогнозованими прибутками з метою оцінки рівня ефективності програми. Після затвердження бюджет є основою для використання ресурсів, виділених на реалізацію програми маркетингу. Можна стверджувати, що єдиної формули, яка б гарантувала ефективну реалізацію будь-якого маркетингового плану не існує. Для вирішення цього завдання однаково потрібні як ефективні маркетингові стратегії і програми, так і ефективний менеджмент.

Список літератури: 1. Эткинсон Дж., Уидсон Й. Стратегический маркетинг: ситуации, примеры: Учеб.пособие/Пер. с англ. Под редакцией проф. Ю.А. Цыпкина.-М.:ЮНИТА-ДАНА, 2001.-471с. 2. Маркетинг: Підручник/ В. Руделіус, О. М. Азарян, О.А. Виноградов та ін: Ред.-упор. О.І. Сидоренко, С.П. Редько. – К.: Навчально-методичний центр «Консорціум із удосконалення менеджмент-освіти в Україні», 2005.-422с. 3. Басовський Л.Е.Маркетинг: Курс лекцій. – М.:ИНФРА-М, 2002. - 219 с.

УДК 069.9:911.3

І.М.Івашків, кандидат економічних наук, доцент Івано-Франківського інституту менеджменту Тернопільського національного економічного університету, Івано-Франківськ

ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ВИСТАВКОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В УКРАЇНІ ЯК ЕЛЕМЕНТА ІНФРАСТРУКТУРНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕФЕКТИВНОГО ФУНКЦІОНУВАННЯ ПІДПРИЄМНИЦЬКИХ СТРУКТУР

Важливим і об'єктивно-необхідним елементом маркетингової комунікації суб'єктів господарювання в державі є проведення виставково-ярмаркової діяльності в Україні. В сучасній системі господарювання виставкова діяльність займає значну роль для розвитку ефективної системи просування продукції від виробника до споживача, що набирає особливої актуальності в сучасній ринковій економіці.

Незважаючи на той факт, що проблематика розвитку виставкової діяльності в наукових джерелах мала місце ще в радянський період проте значна кількість питань щодо аналізу розвитку виставково-ярмаркової діяльності в сучасний період розвитку.

Питанням здійснення і проведення виставково-ярмаркової діяльності присвячена значна кількість публікацій сучасних вітчизняних економістів, які комплексно на науково - обґрунтованому рівні проводили дослідження щодо ефективності здійснення виставково-ярмаркової діяльності в державі, зокрема серед них варто відмітити науковий доробок в даному напрямку українських вчених Голіцина А.М. [2], Грищенка І.М. [3] та Крахмальової Н. А. [3], Гуменної О.В. [4] та російських науковців Гусева Е.Б. [5], Прокудіна В.А. [5],

Салащенко В.А. [5] та Захаренка Г.П. [7], Зайцева В.П. [6] та Критсотакис Я.Г. [9] та в працях ряду інших вчених-економістів.

Основною характеристикою розвитку даного елементу маркетингових комунікацій в Україні є аналіз динаміки розвитку виставкової діяльності в Україні (табл.1)

Таблиця 1- Динаміка основних показників виставкової діяльності в Україні у 2005 – 2010 роках

	Роки						2010 р. в % до 2006 р.
	2005	2006	2007	2008	2009	2010	
Кількість окремих суб'єктів господарювання виставкової діяльності – всього, в тому числі:	126	135	130	144	123	129	95,6
- Організатори виставок	110	118	114	127	106	111	94,1
- Виставкові центри	16	17	16	17	17	18	105,9
Кількість проведених виставкових заходів – всього, в тому числі:	1094	1107	1088	1174	1076	1176	106,2
- Виставки	572	566	593	653	512	510	90,1
- Ярмарки	522	541	495	521	564	617	114,0

Примітка: розраховано на основі даних [1].

Аналіз розвитку виставкової діяльності в Україні свідчить про деяке зниження у відсотковому співвідношенні проведення таких виставкових заходів як виставки (-9,1%). Відповідно даним чином за останні п'ять років відбулося зменшення кількості окремих суб'єктів господарювання виставкової діяльності (на -4,4%), в тому числі зменшилась кількість організаторів виставок (на -5,6%).

Разом з тим простежується і позитивна тенденція щодо зростання кількості виставкових центрів (на +5,9%), кількості проведених виставкових заходів (на +6,2%), де значну частку займають ярмарки, зростання яких за досліджуваний період відбулося на (+14,0%), .

Таким чином, розвиток виставково-ярмаркової діяльності є досить динамічним явищем, що служить для виконання основних функцій: показ певного продукту та просування його до конкретно наміченого споживача і задоволення його існуючих потреб в умовах розвитку конкурентного ринкового середовища в Україні.

Список використаної літератури. 1.Виставкова діяльність в Україні у 2010 році. Статистичний бюлетень. – К.: Державна служба статистики України. - 54с. : [Електронний ресурс]. – Режим доступу : www.ukrstat.gov.ua. 2. Голіцин А. М. Виставково-ярмаркова діяльність підприємства : автореф. дис. ... канд. екон. наук : 08.06.01 / А.М. Голіцин. – К., 2006. – 19 с. 3. Грищенко І. М. Ринкові аспекти виставкової діяльності в Україні на сучасному етапі / І.М.Грищенко, Н.А.Крахмальова // Актуальні проблеми економіки. – 2006. – № 9. –С. 113–119. 4. Гуменна О.В. Роль виставкової діяльності в забезпеченні ефективного функціонування агропромислового виробництва / О.В. Гуменна // Вісник НАУ. – №82. – К.:

НАУ, 2005. –С.136-140. 5. Гусев Э.Б. Выставочная деятельность в России и за рубежом : учеб.-метод. пособ. / Э.Б.Гусев, В.А.Прокудин, А.Г.Салашенко – М. : Издательско-торговая корпорация “Дашков и Ко”, 2005. — 514 с. 6. Зайцев В.П. Первые всемирные промышленные выставки в Лондоне / В.П.Зайцев // Новая и новейшая история. – 2001. – № 4. – С. 188–193. 7. Захаренко Г.П. Выставка: техника и технология успеха / Г.П. Захаренко — М.: Вершина, 2006. 8. Концепція розвитку виставково-ярмаркової діяльності : затверджена розпорядженням Кабінету Міністрів України від 28. 07. 2003 р. № 459-р : [Електронний ресурс]. – Режим доступу : www.rada.gov.ua. 9. Критсотакис Я.Г. Торговые выставки и ярмарки. Техника участия и коммуникации / Я.Г. Критсотакис — М.: Ось-89, 1997.

УДК 339.187+339.378

А. В.Карев, соискатель Института проблем управления РАН, Москва

БАЗОВЫЕ ИНСТИТУЦИОНАЛЬНЫЕ МЕХАНИЗМЫ И ПРИНЦИПЫ ПОСТРОЕНИЯ ДИЛЕРСКИХ СЕТЕЙ

В рыночной системе заключено противоречие между стремлением рыночных агентов к самостоятельной деятельности и неизбежностью установления зависимостей между ними вследствие разделения труда (специализации) и конкурентной борьбы за доли рынка.

Как следствие, современный рынок требует наличия гибридных структур, сочетающих в себе обе вышеописанные способности. Все реальные структуры дилерских сетей возникают как комбинация сетевого и иерархического принципов организации, различаясь только их соотношением в зависимости от целей структуры и условий внешней среды.

Структура такого рода позволяет комбинировать такие противоположные, но и взаимодополняющие качества, как прочность и гибкость, единую стратегию при ограниченной независимости отдельных элементов системы, быструю реакцию на изменение внешней среды, накопление положительного опыта и отсеивание неэффективных компаний.

Роль иерархических элементов заключена в следующем: организация реакции на события большой группы единиц координации, контроль и мобилизация ресурсов, интеграция дефицитных ресурсов, специализация отдельных частей структуры (вспомогательный персонал).

Основная роль сетевой составляющей: адаптивность на местном уровне, свободное распространение и максимальная полнота информации, устойчивость и диверсификация за счёт гибкости и множественности элементов структуры.

Наличие сетевых элементов в дилерской структуре позволяет решить две основные проблемы:

1. Стремление охвата большей доли рынка требует укрупнения структуры компании, возможности контроля которой ограничены нормой управляемости.

2. Рост нестабильности внешней среды приводит к избыточности в структуре компании, что снижает её эффективность и требует реализации адаптивных оргструктур с отходом от жёсткой иерархии.

Дилерская сеть имеет более низкий уровень транзакционных издержек, чем её составные части.

Во-первых, специализация дилеров сети на торговых операциях, с постоянными поставщиками и видами товаров задаёт высокую частоту транзакций и снижает удельные издержки.

Во-вторых, риски неопределённости несут в основном отдельные дилеры, при этом центр и структура сети в целом остаются стабильными.

В-третьих, специфичные активы – товар, сервисные службы, кредиты - находятся под контролем центра дилерской сети, что снижает возможность «внешнего» оппортунизма.

Дилерские сети как эффективные рыночные структуры образуются в рамках институциональной дилерской среды на базе сочетания иерархических принципов управления и гибких адаптивных структур с использованием положительных сетевых эффектов, позволяющих многократно увеличить суммарные долю рынка и товарооборот.

Основной формой проявления сетевых эффектов является совместное участие множества дилеров в продажах определённых групп товаров под едиными брендами и с единой сервисной сетью.

Таблица 1- Положительные эффекты от объединения в дилерскую сеть.

Управляющий центр сети	Дилеры
Быстрый рост объёмов продаж и рыночной доли	Рост узнаваемости продвигаемого товара
Привлечение дополнительных финансов	Получение кредитных линий
Обеспечение устойчивости координирующего центра	Стабильность поставщика
Диверсификация торговых рисков	Специализация дилеров
Отбор наиболее эффективных и сильных дилеров	Работа в сети сильных компаний
Приобретение продавцов товара	Приобретение поставщиков товара
Рост популярности торговой марки	Рост популярности торговой марки
Единая сервисная служба/логистика	Единая сервисная служба/логистика
Снижение издержек за счёт роста объёмов продаж	Выгодные ценовые предложения для дилеров

Управление дилерской сетью осуществляется через контроль специфичных ресурсов сети: каналов реализации товара, предоставляемых дилерам кредитных линий, продвигаемых через сеть торговых марок, сетей для их сервисного обслуживания.

К основным базовым механизмам формирования дилерских сетей относятся: ценовая дискриминация вплоть до предоставления эксклюзивных прав продаж, позволяющая производить отбор наиболее успешных дилеров; политика рекомендованных цен, которая проводится в случае небольшой

ёмкости потенциального рынка среди ограниченного числа дилеров; кредитная политика в целях наращивания объёмов продвигаемого через сеть товара и привязки дилеров к сети; рекламная политика; организация сервисной сети.

Если ценовая политика в дилерской сети осуществляется путём прямого воздействия на условия работы в канале распределения товаров, то развитие торговых брендов и послепродажного обслуживания относится к методам косвенного влияния на сеть, призванного вызвать положительную ответную реакцию со стороны потребителей и повысить лояльность дилеров.

Важнейшей функцией управляющего центра дилерской сети является координация работы дилеров с целью предотвращения конфликтов в сети и поддержания общего баланса.

Конфликты в дилерской сети – это обострённое проявление конкуренции, которое ведёт к потерям её общих ресурсов.

Конкуренция есть борьба за ограниченный ресурс. Конкуренция в торговых сетях происходит за ресурс потребительского спроса. Обострение конкуренции внутри сети может привести к потере совокупных сетевых ресурсов.

Так, острая конкуренция дилеров на ограниченном рынке может привести к ценовому «слому». Решение проблемы состоит в том, что определённому объёму спроса должен соответствовать уровень конкуренции в конкретной сети, регулируемый центром.

Важна также способность центра противостоять попыткам давления со стороны дилеров, прежде всего в вопросе формирования цены, условий сотрудничества, предоставления кредитных линий.

В свою очередь, дилеры также стремятся проводить сбалансированную политику при формировании перечня продвигаемых ими брендов и товарных матриц, оптимизируя их, прежде всего, с позиций максимизации маржинальности и товарооборота. Ассортиментные «провалы», не представленные дилером известные бренды - все эти факторы являются причиной снижения объёмов продаж и прибыльности.

Определённую опасность для контроля сети представляет возникновение альтернативных каналов поставок, создающих параллельные товарные потоки при тех же источниках товара. Потеря контроля (даже частичная) над каналами сбыта снижает возможности центра контролировать товарные потоки, ценообразование и часть рынка. Вместе с тем альтернативные каналы способствуют росту продаж, составляя значительную долю суммарного товарооборота производителя, особенно на ранних этапах выхода на рынок.

Не менее важно правильное сочетание разных форм торговли в структуре сети. Многие производители используют при создании дилерской сети и оптовые, и розничные каналы сбыта без каких-либо ограничений, особенно на ранних этапах.

Основное различие между ними состоит в том, что розничная торговля является стабильной основой продаж товара конечному потребителю, большинство товаров, в конечном счёте, продаётся через розничные сети;

оптовые продажи помогают резко повысить товарооборот, но они также поставляют товар, в конечном счёте, в розничные сети.

Поэтому роль оптовой торговли снижается, как только дистрибьютору (производителю) удаётся наладить сотрудничество с большинством розничных сетей. На долю оптовых компаний остаются небольшие магазины, число которых сокращается, и наиболее удалённые клиенты.

УДК 338.48.330.3+659.1

С.В.Куніцин, доцент, канд. екон. наук, Таврійський національний університет ім. В.І. Вернадського, Сімферополь

КОМУНІКАЦІЙНІ АСПЕКТИ ФОРМУВАННЯ РЕГІОНАЛЬНОГО ТУРИСТИЧНО-РЕКРЕАЦІЙНОГО КЛАСТЕРУ

В сучасних умовах поступового утворення постіндустріального суспільства формування складної розвиненої системи маркетингово-рекламних комунікацій являє собою важливу форму забезпечення сталого економічного зростання ефективним засобом формування і стимулювання попиту. Налагодження ефективної комунікаційної взаємодії між виробниками та споживачами товарів і послуг сприяє збільшенню ємності відповідних ринків, створенню нових конкурентних переваг. Рекламні комунікації при цьому виступають як провідний компонент системи маркетингу, що в умовах розширення географії ринків збуту та поступового віддалення покупців від виробників у просторі і в часі має компенсувати повну або часткову відсутність особистого контакту виробників із споживачем через поширення використання неособистих форм ознайомлення покупця про товари і послуги, їхні споживчі властивості, способами споживання і умови продажу.

Характерною особливістю сучасної системи маркетингово-рекламних комунікацій є також активізація ролі комунікаційних зв'язків в процесі забезпечення якості і ефективності господарської діяльності виробників, а також забезпечення успішної адаптації усіх даної діяльності ринковим вимогам, які швидко та несподівано змінюються. Отже, маркетингово-рекламні комунікації за такі обставини являють собою не тільки дієвий канал простого поширення інформації на ринку, але й виступають також передумовою створення зворотного зв'язку між усіма учасниками процесу створення і споживання товарів і послуг. Маркетингово-рекламні комунікації, які виконують зазначені функції, характеризуються значним розмаїттям використовуваних форм, методів та інструментарію.

На сучасному туристичному ринку значення системи маркетингово-рекламних комунікацій також виходить далеко за межі встановлення низки інформаційних зв'язків між виробниками та споживачами відповідних послуг. Маркетингово-рекламні комунікації в даному випадку виступають як потужний

засіб забезпечення активного безпосереднього впливу на колективну та індивідуальну свідомість для налагодження партнерських, взаємовигідних відносин між виробниками і споживачами (перехід від «суб'єктно-об'єктних» до «суб'єктно-суб'єктних» зв'язків). Система комунікаційного обміну має сприяти розвитку процесів взаємної адаптації виробників та споживачів до різних змін стану туристичного ринку, пов'язаних із часто майже непередбачуваними трансформаціями природно-кліматичних, соціально-економічних, політичних, техногенних, екологічних й інших факторів, вплив яких значною мірою визначає якість споживання туристичного продукту. Використання інструментарію маркетингового-рекламної комунікації являє собою також важливий елемент забезпечення індивідуалізованого підходу до обслуговування споживачів на самих ранніх етапах прийняття ними рішення про покупку в умовах радикальних трансформацій туристичного ринку, за які гострота конкурентного суперництва переміщається із області безпосереднього надання послуг до сфери комунікаційної взаємодії. Крім того, в структурі комунікаційного обміну в ході збільшення багатоваріантності індивідуального споживчого попиту, що набуває все більш персоналізованого характеру, закономірно відбувається процес перенесення уваги з переважно інформаційного аспекту (характеризує рух інформації) на особистісний (визначає взаємодію особистостей), що є необхідною умовою забезпечення належного рівня лояльності та прихильності покупців до певних туристичних продуктів та їхніх виробників. Таким чином, сама наявність системи маркетингово-рекламних комунікацій стає важливою конкурентною перевагою, наявність якої є передумовою зміцнення ринкових позицій як окремих виробників, так і регіонального туристично-рекреаційного комплексу у цілому.

Зростання значення та ускладнення ролі, яку відіграє система маркетингово-рекламних комунікацій в ході розвитку регіонального туристичного ринку, визначає доцільність розгляду процесу розбудови цієї системи в контексті вирішення завдань забезпечення конкурентоспроможності регіону. Реалізація такого підходу ґрунтується на вимогах дотримання багаторівневого підходу до формування системи маркетингово-рекламних комунікацій. При цьому на регіональному рівні насамперед здійснюється обґрунтування і вибір пріоритетів розвитку регіонального туристично-рекреаційного комплексу, які мають виступати передумовою для постановки проблеми створення комунікаційного механізму, адекватного і належного до вирішення комплексу завдань створення позитивного й привабливого іміджу певної території як сегменту туристичного ринку (національного, міжнародного або світового), в рамках якого потенційні туристи можуть отримати послуги певного асортименту, якості, ціни та інших споживчих характеристик.

Важливою вимогою щодо розв'язання зазначеного комплексу завдань слід вважати забезпечення рівня якості, належного до стандартів, які відповідають іміджу регіонального туристичного ринку. Формування такого роду стандартів має здійснюватися згідно до результатів відбору і ранжування конкурентних переваг за ознакою впливу на конкурентоспроможності регіонального сегменту

цільового туристичного ринку (національного, міжнародного, світового).

Визначення регіональних стандартів надання туристичних послуг дає можливість встановити загальну основу не тільки для відбору професійних учасників даного ринку, які можуть бути залучені до створення в рамках даної території системи маркетингово-рекламних комунікацій, але й для формування регіонального територіально-рекреаційного кластеру у цілому. Вибір варіанту структурної побудови та господарського механізму функціонування такого об'єднання буде визначатися як встановленими пріоритетами та стратегією розвитку регіонального туристично-рекреаційного комплексу, так і збалансованим комплексом інтересів і цілей потенційних учасників такого кластеру.

УДК.330.123

Ю.А. Мирясов, доцент, к.э.н. Харьковский национальный университет им. В.Н.Каразина, Харьков

ПОЗИЦИОННЫЕ БЛАГА И ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ВЛАСТЬ

В противоположность традиционному подходу с доминирующей в нем предпосылкой о рациональности и максимизации экономическим субъектом собственной выгоды в последние годы в экономической теории заметно усиливается внимание к отношенческим аспектам экономического поведения. Основной предпосылкой является предположение о том, что экономические субъекты мотивированы не столько абсолютной величиной их ожидаемой полезности, сколько сравнительной полезностью в отношении к их ближайшим конкурентам. Исходным условием становится не просто допущение о стремлении индивида к максимизации благосостояния, а стремление к максимизации сравнительного благосостояния. Поскольку экономическая деятельность является сферой социальных отношений, то в ней всегда присутствует понятие позиционности – принятие экономических решений зависит от оценки индивидом занимаемой им позиции по отношению к другим индивидам. Постоянно существующий конфликт между занимаемыми субъектами позициями, между индивидуальным и общественным благосостоянием можно рассматривать как один из факторов экономического роста.

Можно утверждать, что обладание благами для субъекта определяет его относительное положение к субъектам, обладающим или не имеющим таких благ. При этом, всегда существуют блага, обладание которыми обеспечивает более высокую позицию их владельцу в отношении с другими. Соответственно, наибольшая конкуренция между субъектами возникает за обладание теми благами, которые дают наибольший позиционный эффект. Главным свойством экономических благ является их редкость. Редкость может быть физической –

благо редкое в абсолютном или социально навязанном смысле (участок земли с построенным на нем коттеджем); редкость может быть социальной и поддерживаться нормами и ценностями, разделяемыми в данном обществе (привилегированное образование). Позиционные блага можно определить как блага, обязательно обладающие социальной редкостью, а значит обеспечивающие лучшую позицию и большие возможности для их собственника. К позиционным благам достаточно часто относят предметы роскоши, так называемые статусные блага, обладание которыми подчеркивает и демонстрирует позицию индивида в обществе. Исследуя эволюцию потребления можно сделать вывод, что практически все потребительские блага, за исключением жизненно необходимых являются статусными, когда они только изобретены. В начале своего жизненного цикла они приносят высокую предельную прибыль. В дальнейшем их производство и продвижение расширяется, они становятся общедоступными. В доиндустриальную эпоху благо могло сохранять свою статусную ценность достаточно долго, их влияние на экономический рост было незначительным. Их статус угасал достаточно медленно. Индустриальная эпоха привела к тому, что новые статусные блага оказывают сильный кумулятивный эффект на всю экономику, стимулируя производство в смежных отраслях. При этом их статусность становится все более кратковременной. Характерно, что с ростом общего экономического благосостояния все большее количество людей стремится включиться в позиционную экономику и конкурировать за позиционные блага, что выражается в увеличении потребления именно статусных благ. Однако статусные блага и их потребление является скорее следствием позиции, занимаемой индивидом в обществе. В отличие от них позиционные блага – блага узко ограниченного социального доступа, обеспечивающие увеличение ресурсных возможностей индивида. Престижное образование, обладание уникальной информацией, законодательные услуги – в этих и других подобных случаях возможности индивида становятся значительно выше возможностей тех, кто не может потреблять данные блага наравне с ним или исключен из их потребления. Характерной особенностью позиционного блага является то, что в процессе потребления индивиды с неизбежностью разделяются на две различные группы «положительно» потребляющих и потребляющих «отрицательно». Возьмем ситуацию статуса и власти. Любое позитивное количество власти и престижа должно быть сопряжено с негативным его потреблением. Реализация власти для одних индивидов невозможна, если другие индивиды не будут испытывать воздействия этой власти, другими словами никто не может доминировать, если нет ответного подчинения. Положительное потребление власти должно сопровождаться отрицательным ее потреблением. Точно также, никто не может потреблять престиж, или «социальное преимущество», если другие не потребляют «более низкого положения». Если опираться на существующее деление благ на частные и общественные, то потребление частных благ одними индивидами, сопровождается потреблением *нулевого количества* данного блага другими

індивідами. Вони виключаються із споживання данного конкретного блага. Це виключення неможливо в разі суспільного блага, коли кожен індивід споживає *такое же положительное* кількість блага, як і всі інші. При цьому виключити когось-будь з споживання представляється неможливим. В разі позиційного блага, типу влади чи статусу, коли одні індивіди споживають дане благо, інші індивіди також включені в споживання, але з від'ємною кількістю блага. Позиційне благо може бути визначено як благо, позитивна величина споживання якого одними індивідами обов'язково супроводжується такою ж від'ємною величиною споживання для інших індивідів.

Література. 1. Веблен Т. Теорія праздного класу. М.: Прогрес, 1984. 2. Демент'єв В. Економіка як система влади. – Донецьк, ДонНТУ, 2003 г. 3. Зомбарт В. Любов, розкоша і капіталізм. // Соч. СПб.: 2005. Т.1. 4. Hirsh F. Social Limits to Growth. Routledge, London, 1977. 5. Pagano U. Is Power an Economic Good? The Politics and Economics of Power. Routledge, London, 1999.

УДК 658.8:005.523

Є.І.Нагорний, к.е.н., Сумський державний університет, Суми

МЕТОДИКА ПОШУКУ ОПТИМАЛЬНОЇ МОДЕЛІ НОВОЇ ПРОДУКЦІЇ

Ефективність розвитку економіки країни багато у чому залежить від її спроможності розроблювати, виготовляти і реалізувати конкурентоспроможну продукцію. Україна поки що має достатній науково-технічний потенціал, проте вітчизняні підприємства перебувають у кризовому стані, а розроблювана ними нова продукція досить часто не відповідає потребам і запитам споживачів і приречена на ринкову невдачу.

У зв'язку з цим набуває актуальності розроблення дієвого механізму залучення до процесу проектування нової продукції її майбутніх споживачів. Як такий механізм можуть використовуватися такі методичні підходи: методологія структуризації функцій якості, процедура сумісного аналізу, мультиатрибутна модель товару. Їх використання дозволяє враховувати найважливіші вимоги споживачів при плануванні і проектуванні нового продукту. Однак необхідно відмітити що зазначеним методикам характерні як індивідуальні так і загальні недоліки. Зупинимося лише на загальних моментах. По-перше, вони визначають лише необхідні споживачу характеристики (властивості) продукції, однак яким чином цих значень досягти – невідомо. По-друге, методики не наводять шляхів вирішення технічних протиріч, що можуть мати місце під час розроблення нової продукції, оскільки бажання споживача мати кращі значення певних характеристик може бути нездійсненим, наприклад через фізичні закономірності зв'язків між цими характеристиками. По-третє,

методики не враховують обмеженість фінансових ресурсів або фіксованість бюджету розробки.

Виникає необхідність у вирішенні наведених недоліків та на основі цього вдосконалити існуючі підходи до пошуку оптимальної моделі нового товару. В основу авторського підходу лягла концепція мультиатрибутивної моделі товару, відповідно до якої, атрибут – це вигода, що шукають споживачі у товарах. Кожен товар складається з певної кількості атрибутів, які у свою чергу визначаються його техніко-економічними характеристиками. Завдання розробника знайти ці атрибути, та спроектувати такі параметри характеристик, які б максимально задовольняли потребам споживачів.

Пошук оптимальної моделі нового товару відбувається поетапно [1]:

1. За результатами проведених маркетингових досліджень аналізують потреби та запити споживачів до нової продукції, і визначають її основні атрибути. Також потрібно проранжувати ці атрибути за мірою їх важливості.

2. Визначаються відповідні техніко-економічні характеристики, що формують дані атрибути, тобто будується мультиатрибутивна модель товару.

3. Визначається вагомість техніко-економічних характеристик товару.

4. Визначають ступінь відповідності існуючих відомих значень техніко-економічних характеристик продукції тим яких потрібно досягти, тобто тим які хоче їх бачити споживач.

5. Визначення технічної та економічної складності зміни техніко-економічних характеристик у потрібну сторону.

6. Формування математичної моделі розроблення оптимального варіанта нового товару. Модель буде мати вигляд:

$$\left\{ \begin{array}{l} U = \sum V_i \cdot X_i \rightarrow \max \\ I_{mexi} \rightarrow \min \\ I_{ek_{ij}} \rightarrow \min \\ I_{ek_{1j}} + I_{ek_{2j}} + \dots + I_{ek_{ij}} \leq 1 \\ B_{1j} + B_{2j} + \dots + B_{ij} \leq B \end{array} \right. \quad (1)$$

де, U – корисність товару; V_i – вагомість i -ї інженерної характеристики, X_i – міра реалізованості i -ї інженерної характеристики в новому товарі; I_{mex} – коефіцієнт технічних труднощів; I_{ek} – коефіцієнт економічних труднощів; $I_{ek_{ij}}$ – економічні труднощі зміни i -ї інженерної характеристики j -го атрибуту; B – загальний бюджет розробки нового товару; B_{ij} – витрати на забезпечення потрібного значення i -ї інженерної характеристики j -го атрибуту.

Оптимізаційну задачу потрібно виконувати за допомогою Microsoft Excel.

Фрагмент пошуку оптимальних значень параметрів продукції подано у табл. 1 (на прикладі насосу для перекачування рідини).

Таблиця 1 - Вихідні дані і результати пошуку оптимальної моделі продукції (фрагмент, дані умовні)

Техніко-економічні характеристики	Вагомість характеристик	Проміжні значення техніко-економічних характеристик (у балах споживчої привабливості)						Витрати на забезпечення проміжних значень техніко-економічних характеристик (ум.од.)						Економічні труднощі в реалізації необхідних значень техніко-економічних характеристик						Технічні труднощі в реалізації техніко-економічних параметрів
		існуючий стан 0	1	2	3	4	ідеальний стан 5	існуючий стан 0	1	2	3	4	ідеальний стан 5	існуючий стан 0	1	2	3	4	ідеальний стан 5	
Потужність насоса	0,021	6,5	7,2	7,9	8,6	9,3	10	0	2	4	7	10	15	0	0,02	0,04	0,07	0,10	0,15	0,620
ККД на номінальному режимі	0,049	8	8,4	8,8	9,2	9,6	10	0	8	17	27	37	55	0	0,08	0,17	0,27	0,37	0,55	0,037
...	...																			
Температура перекачувальної рідини, °С	0,052	6,6	7,3	7,9	8,6	9,3	10	0	2	3	5,5	7,5	9	0	0,02	0,03	0,05	0,07	0,09	0,033
...	...																			
Витрати енергії на одиницю об'єму води, кВт/м³/год	0,031	7,5	8	8,5	9	9,5	10	0	5	15	26	38	55	0	0,05	0,15	0,26	0,38	0,55	0,132
Вартість життєвого циклу, грн	0,031	4,5	5,6	6,7	7,8	8,9	10	0	10	25	36	48	68	0	0,10	0,25	0,36	0,48	0,68	0,092

 — оптимальне рішення відповідно до заданих обмежень

Список літератури: 1. Нагорний Є.І. Пошук оптимальної моделі нового товару / Є.І. Нагорний // Збірник тез доповідей Четвертої міжнародної науково-практичної конференції «Маркетинг інновацій і інновації в маркетингу». 29 вересня-1 жовтня, 2010 року. – Суми: ТОВ Друкарський дім «Папірус», 2010. С. 152-154.

УДК 658.71

А.О.Пермінова, аспірант, ХНЕУ, Харків

КОЛЕКТИВНИЙ ХАРАКТЕР ПРИЙНЯТТЯ РІШЕННЯ ПРО ЗАКУПІВЛЮ НА ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВАХ

На сьогоднішній час багато підприємств стикаються з проблемою ефективного впливу на покупців. Одним із засобів впливу є маркетингові комунікації. Головною метою маркетингових комунікацій є здійснення покупами, на яких вони направлені, покупки або закупівлі, якщо йдеться про промисловий ринок.

Підприємство продавець має можливість впливати на покупців за допомогою різних факторів. Так Ковальов А.І. розділяє фактори впливу на покупців на 4 блоки: зовнішні фактори, фактори особливості організації,

фактори відносин між покупцем і продавцем та особистісні фактори покупця [1]. Проте, більш детально дослідивши процес прийняття рішення про закупівлю на промислових підприємствах, запропоновані блоки представляється можливим об'єднати у 2 групи, що враховують суб'єкт, який приймає рішення про закупівлю [2]. Схематично ці дві групи представлені на рис.1.

Досить часто в управлінні, а особливо у промисловості, управлінські рішення приймаються колегіально, тобто групою осіб [1,3]. Група - це сукупність людей (не менше двох), об'єднаних спільною метою, що безпосередньо взаємодіють. Мета формування групи може бути нав'язана ззовні або сформульована самою групою, взаємодія відбувається в процесі обміну членами групи поглядами на те чи інше питання. Засоби спілкування членів групи визначаються порядком виконання спільних завдань. Членами групи можуть бути керівники і рядові співробітники, експерти та виконавці. Відносини між членами групи утворюють групову структуру.

Філіп Котлер стверджує, що процесом закупівлі може займатися снабженець, декілька агентів з закупівлі або відділ матеріально-технічного забезпечення [3]. Фредерік Уебстер також наголошує на тому, що на промислових підприємствах зазвичай рішення про здійснення закупівлі має колективний характер [4]. Тож можна вважати, що групове рішення проблем стає все більш важливим в міру зростання складності та масштабності проблем, оскільки одна людина не може бути компетентною у всіх питаннях і виконувати всю роботу з вироблення і реалізації рішення, а також контролювати його виконання.





Рис.1- Фактори впливу на осіб, що рішення про закупівлю: А - особа,що приймає рішення – організація; Б - особа,що приймає рішення – особистість.

Рациональність рішень, прийнятих групою, залежить від трьох факторів. Першим є характер завдань. Точно знаючи параметри завдань, можна відповісти на питання, якого роду завдання група вирішує краще, ніж окремий індивід. Другим фактором є характеристика групи. Так, колективи з різною чисельністю не з рівною ефективністю вирішують проблеми, що стоять перед ними. Третій фактор - процедура діяльності групи. Колектив використовує різні процедури при виборі рішення. Одна з них – формальна: група використовує чіткий алгоритм, що визначає, як перейти від індивідуальних рішень до групового. Друга процедура - неформальна, коли члени колективу вільно або під певним контролем обговорюють проблемне питання. Найкращий варіант дій встановлюється в ході дискусії.

Виходячи з викладеного ОПР – особистістю треба сприймати не лише одну людину, а й приймаючи до уваги колективний характер прийняття рішень, декілька осіб, що мають одну мету, проте є різними особистостями. Таким чином, менеджер підприємства-виробника повинен, враховуючи особистісні фактори впливу на ОПР, діяти через фактори відносин між продавцем та покупцем.

Для підвищення ефективності комунікацій менеджер підприємства-виробника має вирішувати дві проблеми: по-перше, йому необхідно удосконалювати свої повідомлення; по-друге, йому слід удосконалювати механізм розуміння того, що інші намагаються передати йому в процесі комунікації. Основними методами, що допомагають вирішувати такі проблеми, є: 1) регулювання інформаційних потоків; 2) удосконалення зворотнього зв'язку на основі формулювання запитань до слухача в процесі повідомлення; повторення всього або частини повідомлення; застосування різних варіантів викладання однієї і тієї самої інформації); 3) використання емпатії, тобто спроможність поставити себе на місце співбесідника, врахувати

його почуття, особливості характеру тощо; 4) заохочення взаємної довіри; 5) спрощення мови повідомлення; 6) розвиток здібностей ефективно слухати.

Література. 1. Ковалев А. И. Промышленный маркетинг. В 2-х т. Т. 2 / А.И. Ковалев. – М.: ООО Фирма «Благовест-В», 2002 г. - 616с. 2. Перминова А. Особливості прийняття рішення про закупівлю на промислових підприємствах // Управління розвитком. – 2011. – № 4 (101). – С. 186–187. 3. Котлер Ф. Основы маркетинга / Ф. Котлер. – М.: Вильямс, 2007. – 656 с. 4. Основы промышленного маркетинга / Фредерик Уэбстер. – М.: Издательский Дом Гребенникова, 2005. – 416с.

УДК 658.012.21.3

О. А. Ведернікова, канд. техн. наук, доцент, Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут», Харків

Я. Г. Проуророва, студентка магістерської програми, Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут», Харків

ФОРМУВАННЯ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ВЗАЄМОВІДНОСИНАМИ ЗІ СПОЖИВАЧЕМ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ

У роботі розглянута проблема впливу процесів глобалізації на створення ефективної системи управління взаємовідносинами зі споживачем.

В ході глобальних трансформаційних процесів, що відбуваються в світовій економіці, виникає проблема формування такої ринкової поведінки компанії, яка дозволила б підтримувати конкурентоспроможність її діяльності в умовах глобалізації. Сьогодні нагальною стає необхідність такої поведінки організацій на ринку, яка носить превентивний характер і спрямована на створення свого оточення у вигляді постійних споживачів товарів та послуг компанії. Це обумовлено перш за все тенденцією наростаючої ролі споживачів в процесі ринкового обміну, що обумовлює створення в багатьох компаніях системи управління взаємовідносинами зі споживачами (Customer Relationship Management – CRM).

Збереження лояльності вірних споживачів – це основа для отримання довгострокового прибутку практично для будь-якої компанії. Ключова концепція CRM – «довічна цінність середнього споживача», яка дозволяє отримати більш точну уяву про ступінь корисності для організації утримуваних споживачів. Крім того, такий підхід дає змогу визначити коефіцієнт утримання споживачів та його вплив на розмір довгострокового прибутку організації. Цілком вірогідно, що підвищення коефіцієнту утримання споживачів буде супроводжуватися збільшенням показника їхніх витрат на товари та послуги компанії, яка створює та підтримує з ними взаємовигідні відносини, а це, в свою чергу, сприятиме зростанню прибутку організації.

Розрахунок «довічної цінності споживача» має стати в організації безперервним процесом, а взаємодія зі споживачами – процесом контрольованим, тобто мова йде про створення системи управління CRM.

Оскільки, CRM в основному пов'язане з встановленням та підтримкою довгострокових та взаємовигідних взаємовідносин зі споживачами і не зводиться до програм лояльності, які можуть просто використовуватися як частина CRM, виникає питання про урахування національних особливостей тих споживачів, яких обслуговує компанія в тій чи іншій країні перебування. Незважаючи на схожість потреб, що сформувалися в ході глобалізації ринків та галузей, фактори національної культури, на відмінність від політичних та економічних, є більш складними, впливовими та менш однозначними.

У широкому значенні термін «культура» розуміється як спосіб життя та система світосприйняття, притаманні тому чи іншому народу або групі людей. В більш конкретному значенні це сукупність знань, переконань, стереотипи поведінки, мислення та інших цінностей і норм, таких як мова, релігія, ритуали, етноцентризм тощо. Культура виконує в суспільстві важливі функції такі, як адаптивна, комунікативна, інтеграційна та функція соціалізації. Логічно припустити, що всі ці складові культури мають бути враховані при створенні системи управління взаємовідносинами зі споживачами.

Разом з тим, глобалізація в культурному аспекті зумовлена технологічним розвитком мобільності інформації, людей і товарів у світовому масштабі, а культурні традиційні і соціальні умови будуть змінюватися і все менш визначатися національними кордонами, натомість більше віком, стилем життя, доходом або професією. Деякі дослідники глобалізаційних процесів вважають, що цей процес приведе меншою мірою до розвитку світової культури і «cross-border civilization», а значно більше до поширення у світовому масштабі пануючих в індустріальних країнах Заходу культурних цінностей. З такого бачення проблеми витікає, що система CRM може бути більш менш універсальною.

Таким чином, можна виділити два конкуруючих напрямки – універсальний, основна ідея якого полягає у відносній незалежності від культурних умов, і культурологічний, в рамках якого стверджується, що різні культурні умови, системи цінностей і мотиви потребують урахування і використання різних підходів.

Очевидно, що ступінь глобалізації ринку або галузі, на яких функціонує компанія, може бути різним. Ця обставина набуває особливого значення при формуванні системи CRM, бо мова вже йде про глобальних споживачів. Іп виділяє два типи глобальних споживачів:

1. Національні глобальні споживачі, які шукають найкращі в світі товари та послуги, а потім використовують їх в своїй країні.
2. Багатонаціональні глобальні споживачі, які просто шукають найкращі в світі товари, але використовують їх в різних країнах.

Виділені групи відрізняються не тільки поведінкою при виборі та використанні товару, а і відношенням до ідеології космополітизму. Таким

чином, ступінь глобалізації ринку та тип споживача впливають на вибір підходу при створенні системи CRM – універсальний, чи такий, що враховує національні особливості.

Ефективність функціонування CRM буде визначатися ступенем відповідності обраного концептуального підходу вимогам оточуючого середовища, в даному випадку - сполученню ступеню глобалізації ринку та типу глобального споживача. Тобто, кожен раз мова йде про влучне поєднання трьох основних факторів, що впливають на створення і ефективність функціонування CRM – ступеню глобалізації ринку, типу глобального споживача та концептуального підходу до створення CRM.

УДК 658.012.21.3

О. А.Ведернікова, канд. техн. наук, доцент, Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут», Харків

С.С.Ростовцев, магістр, Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут», Харків

ФОРМУВАННЯ НА ПІДПРИЄМСТВІ РЕЗУЛЬТАТИВНОЇ ТА ЕФЕКТИВНОЇ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ СПОЖИВЧИМ КАПІТАЛОМ

В роботі розглянуті проблеми формування системи управління споживчим капіталом на підприємствах, що працюють на ринку України. У зв'язку з бурхливим зростанням конкуренції, процесом глобалізації та збільшенням асортименту товарів на світових ринках, компаніям необхідно все більш зосереджувати свою діяльність на бажаннях та потребах споживача. Тому, основним завданням сьогодення для компанії стає необхідність «прив'язати» клієнта до себе. Більш того, компанії все частіше розглядають своїх споживачів як матеріальний актив, при цьому, вводиться поняття «споживчий капітал» як сума довічної вартості всіх споживачів компанії.

Проблеми взаємовідносин зі споживачами розглядалися рядом дослідників, таких як Д. Аакер, Дж. Енджел, Ж.Ж. Ламбен, І. Імшенецька, П. Моліно, Ф. Н'юел, П. Черкашин та ін. Ряд дослідників, зокрема Р. Блаттберг, К. Кленсі, Л. Дей, Г. Гетц, П. Кріг, К. Лемон, Р.Руст, Ж. Томас, В. Цайтхамл працювали безпосередньо над питаннями формування та управління споживчим капіталом.

Сьогодні існує два підходи до визначення споживчого капіталу. Хоча обидва підкреслюють важливість сприймання споживачів як фінансовий актив, вони відрізняються за факторами, які представники відносять до споживчого капіталу, а також за методами його підрахунку. У відповідності до першого підходу споживчий капітал можна розділити на три складові: капітал цінності, капітал бренду та капітал утримання. Основними факторами капіталу цінності є

якість, ціна, та зручність. Капітал бренду відображає суб'єктивну і нематеріальну оцінку бренду споживачами. Капітал утримання – це тенденція надання споживачами переваги певному бренду, яка не пояснюється об'єктивними та суб'єктивними оцінками цього бренду. У відповідності до другого підходу, споживчий капітал – це сума капіталу залучення, капіталу утримання та капіталу додаткових продажів. При цьому, вірогідно, існування зв'язків між цими підходами, що викликає необхідність виділення певних коштів у конкретний проміжок часу для кожного з них.

Компанії в Україні, на відміну від компаній західних країн, майже не оперують таким поняттям як споживчий капітал. Проте, кількість компаній з іноземним капіталом в Україні збільшується, що є передумовою впровадження нових методів та технологій ведення бізнесу.

Задача підприємців полягає в тому, щоб запровадити методики управління споживчим капіталом в систему управління підприємством в цілому. На цьому етапі необхідне урахування багатьох моментів та запровадження деяких змін на підприємстві.

По-перше, управління споживчим капіталом передбачає наявність певної інформації, а також шляхи її отримання, накопичення, зберігання та обробки, що викликає необхідність проведення трансформації інформаційної системи на підприємстві. Управління інформацією можливе за допомогою баз даних. База даних покупців – це організований осередок всебічної інформації про індивідуальних клієнтів як існуючих, так і потенційних. Ця інформація має постійно оновлюватися, бути доступною і придатною для таких маркетингових цілей, як пошук і оцінювання покупців, продаж товарів і послуг, підтримка відносин з покупцями. Ідеальна база даних корпоративних покупців містить відомості про структуру покупки, обсяги продажів, ціни й доходи, особисті дані покупців такі як вік, дати народження, захоплення, улюблені страви. Для оптових покупців - це стан поточних контрактів, оцінювання частки постачань компанії в бізнесі клієнта, найменування конкуруючих постачальників, оцінювання конкурентних переваг і недоліків клієнта, інформацію про характер і політику закупівель.

Проте, при використанні клієнтських баз даних, підприємство може зіткнутися з наступними проблемами. Перша пов'язана з тим, що розроблення і ведення бази даних покупців потребує значних інвестицій в комп'ютерне устаткування, програмне забезпечення та аналітичні програми, в засоби комп'ютерних комунікацій і кваліфікований персонал.

Друга проблема пов'язана з труднощами орієнтації всіх співробітників організації на покупця, зокрема на використання наявної інформації. Працівникам набагато простіше продовжувати традиційний транзакційний маркетинг, ніж маркетинг відносин. Ефективний маркетинг баз даних потребує відповідного навчання працівників, а також дилерів і постачальників.

Третю проблему зумовлено тим, що не всі покупці хочуть підтримувати відносини з компанією, дехто може бути проти збору великого обсягу

персональних відомостей про себе. Питання ставлення людей до можливості вторгнення в їхнє особисте життя у жодному разі не можна скидати з рахунків.

Таким чином, формування на підприємстві системи управління споживчим капіталом потребує вирішення наступних задач:

1. Створення або удосконалення баз даних для накопичення інформації про споживачів;
2. Розвиток системи маркетингових комунікацій з метою встановлення продуктивних зв'язків зі споживачами;
3. Внесення змін в організаційну структуру підприємства, щоб забезпечити розповсюдження по відділах необхідної інформації про клієнтів для прийняття відповідних рішень;
4. Впровадження програм з підвищення кваліфікації співробітників та зміни в їх світогляді стосовно значення взаємодії зі споживачами .

УДК 658.8:65.016

О.А.Ведерникова , канд. техн. наук, Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут», Харків

Я.Н.Рыбас, магістр, Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут», Харків

ОСОБЕННОСТИ ФОРМИРОВАНИЯ МАРКЕТИНГОВОЙ СТРАТЕГИИ ПРЕДПРИЯТИЯ В УСЛОВИЯХ ГЛОБАЛИЗАЦИИ

В работе выполнен анализ существующих подходов к формированию глобальной стратегии предприятия, а также тенденций, связанных с формированием стратегии на основе стержневых компетенций. В качестве стержневых компетенций предлагается рассматривать возможность компании обеспечить высокую степень лояльности реальных и потенциальных потребителей.

Сегодня предприятия работают в условиях качественных, постоянных и структурных социальных, экономических и политических перемен. Растущая взаимозависимость стран и народов, несмотря на все различия в уровнях развития, культуре, религии, исторических традициях, достигла такой стадии, которую стали обозначать термином «глобализация». Эти тенденции коснулись и сферы бизнеса. Очевидными последствиями глобализационных процессов стали сокращение так называемого экономического расстояния между странами, усиление конкуренции и изменение характера конкурентной борьбы, которая теперь идет между компаниями разных регионов мира. Поэтому, прежде всего, компаниям необходимо приспособливаться к новым условиям, сложившимся на рынке, и выстраивать маркетинговую стратегию, которая будет учитывать постоянные и существенные перемены, происходящие во внешней среде.

Анализ научных и методических публикаций показал, что проблемы формирования оптимальной глобальной стратегии сегодня являются предметом многих научных дискуссий. Чаще всего исследуется влияние факторов глобализации на формирование маркетинговой стратегии. Этим проблемам посвящены многие труды Гриффина Р. и Пастея М., Д. Кэмпбела и Дж. Стоунхауса, а также Т. Левитта. Обобщая результаты анализа научных публикаций по этой проблематике, существующие сегодня маркетинговые стратегии можно разделить на две группы базовых международных глобальных стратегий. Первая группа предполагает географическую определенность экспансии: внутренняя национальная, многонациональная, региональная, глобальная, а вторая - товарно-рыночную определенность, например, узкий товарный ряд - глобальная ниша рынка, широкий товарный ряд - глобальный сегмент рынка. Кроме того, проведенный анализ позволил сделать вывод, что возможность реализации глобальной маркетинговой стратегии становится реальностью в результате использования устойчивых конкурентных преимуществ. Наиболее часто используемыми конкурентными преимуществами являются получение экономии от масштаба, инвестиции от диверсификации деятельности, а также использование различных правовых барьеров.

В работе рассмотрены современные тенденции, связанные с развитием идеи формирования конкурентных преимуществ на основе развития стержневых компетенций. Здесь следует отметить смещение центра тяжести этой проблемы с экономических моментов на психологические и эмоциональные, связанные с конечным потребителем. Вместо того, чтобы вести ценовые войны на рынке уже достаточно однотипной продукции, следует обратиться к эмоциональному маркетингу, и превратить просто заинтересованного потребителя в лояльного, что в будущем обеспечит предприятию значительный экономический эффект.

Хотя подобная практика используется достаточно давно, особую популярность она приобрела именно теперь. В отличие от традиционного маркетинга, в основе которого лежат разумные доводы, эмоциональный маркетинг ссылается на эмоции, которые имеют намного большее влияние на потребителей. Одной из причин такой обстановки послужил тот факт, что рынок переполнен товарами разных производителей, способных удовлетворить определенную потребность человека одинаково полно и качественно. Постепенно различия между этими товарами в сознании потребителя стираются, поэтому эмоциональный фактор становится ключевым при выборе из множества альтернатив. Таким образом, благодаря правильно построенному образу товара компания сможет не только увеличить степень доверия клиентов к организации, но построить с ними долгосрочные доверительные отношения.

В связи с этим, на данном этапе представляется достаточно важным определение пожизненной ценности потребителя. Эта характеристика определяется на протяжении всего периода взаимодействия компании с клиентом и показывает общий возможный доход от данного клиента, позволяя

компанії установити найбільш перспективних клієнтів з точки зрення
будущих замовлень і визначити наскільки необхідно для компанії утримання
цих клієнтів. Для реалізації даної політики організації
розробляють систему взаємодії з споживачами (CRM).

Таким чином, запропонований підхід дозволить організації підвищити
ефективність маркетингової стратегії, сформованої на основі
ключової компетенції «Степінь лояльності споживачів», і врахувати таким
чином вплив на діяльність компанії додаткових
глобалізаційних факторів, таких як особливості національної культури і
сприйняття.

Література: 1. Котлер, Ф. Маркетинг от А до Я; пер. с англ. под ред. Т. Р. Тэор. – СПб. :
Нева, 2003. – 224 с.; 2. Гриффин Р., Пастей М., Международный бизнес. 4-е изд. / Пер. с англ.
под ред. А. Г. Медведева. — СПб.: Питер, 2006. — 1088 с; 3. Д. Кэмпбелл, Дж. Стоунхаус.
Стратегический менеджмент: Учебник / Пер. с англ. Н.И. Алмазовой. – М: ООО
«Издательство Проспект», 2003. – 336 с.

УДК 339.138

О.В.Степанова, доцент, к.е.н., Харківський національний університет
радіоелектроніки, Харків

О.І.Горбач, доцент., Харківський національний університет
радіоелектроніки, Харків

В.А.Горбач, доцент, Українська інженерно-педагогічна академія, Харків

МЕТОДИЧНИЙ ПІДХІД ДО ОЦІНКИ І ВИБОРУ ПОСТАЧАЛЬ- НИКА МАТЕРІАЛЬНИХ РЕСУРСІВ

В умовах розвитку ринкових відносин виживають лише ті підприємства,
які найбільш правильно і компетентно зрозуміли вимоги ринку, організували
виробництво конкурентоспроможної продукції, послуг, що користуються
попитом. В управлінні закупівлями матеріальних ресурсів виникає проблема
вибору привабливого і ефективного постачальника, який би був надійним
партнером підприємства. Підприємство-покупець змушено формувати
конкурентні вимоги до постачальників матеріальних і інших ресурсів з
мінімальними витратами.

Важливим етапом вирішення цього завдання є пошук потенційних
постачальників. Існуючі методи та моделі оцінки постачальника ґрунтуються на
експертних методах або методі середньозваженої оцінки. Зарубіжні фахівці
наводять моделі, що поєднують експертну оцінку, методи формування
обмежень деяких показників, та економічні розрахунки з використанням
закупівельних цін постачальників. У той же час немає чіткої формалізованої
моделі, яка орієнтована на кількісну оцінку постачальника. Мета дослідження –
розробка моделі багатокритеріальної оцінки вибору постачальника

матеріальних ресурсів для вибору найбільш привабливого.

Вибір постачальника передбачає врахування різних характеристик (показників) цього постачальника. Отже, завдання зводиться до оцінки цих показників і вибору на цій основі найбільш привабливого постачальника.

Для практичного використання необхідно, щоб показники мали кількісний вираз. Показники по різному впливають на привабливість постачальника. Для оцінки ступеня впливу показників на привабливість постачальника використано експертний метод. На основі обробки експертних даних характеристики показників, які впливають на привабливість постачальника, відібрані наступні: ціна; термін постачання замовлення; умови платежу; розмір знижок; спосіб доставки.

Вибрані показники (локальні критерії) мають свою розмірність, яка визначена їх природою, і вона не співпадає (ціна вимірюється в гривнях, термін доставки – в днях, розмір знижок – в відсотках, умови платежу приймають значення: готівкою – (0), безготівкові – (1), спосіб доставки приймають значення: самовивіз – (0), доставка постачальника – (1)). Тому виникає задача приведення їх до однієї розмірності або до безрозмірного виду, що досягається нормалізацією критеріїв.

Нормалізація локальних критеріїв проведена, виходячи з таких умов. Оцінка "1" відповідає деякому ідеальному значенню критерію, а оцінка "0" – незадовільному значенню.

Оцінку постачальників можна представити у вигляді дерева цілей. На нульовому рівні знаходиться узагальнений показник, що характеризує привабливість постачальника. На першому рівні – показники, від яких залежить привабливість постачальника.

Узагальнений показник може бути представлений у вигляді функції корисності. При визначенні функції корисності необхідно проаналізувати систему цілеутворення. Відомо, що кожному принципу цілеутворення відповідає особливий тип функції корисності. Доведено, що таких принципів три: сполучний, кон'юнктивний та диз'юнктивний. Сполучний принцип відповідає ситуації, коли наявність всіх оцінок X_i^* веде за собою максимальну ступінь досягнення цілі (де X_i^* – максимальне (ідеальне) значення), і тільки наявність всіх оцінок X_i^0 (X_i^0 – мінімальне значення критерію) веде за собою мінімальну ступінь досягнення цілі. Кон'юнктивний принцип відповідає ситуації, коли наявність ідеальної оцінки хоча б за одним критерієм веде за собою максимальну ступінь досягнення цілі. Дані принципи цілеутворення породжують функції корисності. Для незалежних по корисності підмножин критеріїв сполучному принципу відповідає адитивна функція, кон'юнктивному принципу – мультиплікативна, диз'юнктивному принципу – максиміна функція. Аналіз показав, що привабливість постачальника тим вище, чим краще значення локальних критеріїв, тобто система цілеутворення відповідає сполучному принципу. Отже, в даній задачі доцільно для оцінки привабливості постачальника використовувати адитивну функцію корисності:

$$U_i = \max_i \sum_{j=1}^m k_{ij} \times L_{jt} \rightarrow \max ,$$

де U_i – адитивна функція корисності;

k_{ij} – середній нормований коефіцієнт вагомості і-того постачальника за j-тим критерієм;

L_{jt} – нормоване значення j-того критерію і-того постачальника, $i = 1 \dots n$; $j = 1 \dots m$.

Таким чином, вирішення даної задачі передбачає ряд послідовних етапів:

- визначення локальних показників–критеріїв;
- встановлення пріоритету показників;
- нормалізацію критеріїв;
- визначення виду функції корисності.

Найбільше значення функції корисності показує найбільш привабливого постачальника матеріальних ресурсів.

Запропонована багатокритеріальна модель, яка дає можливість оцінити і вибрати з числа потенційних постачальників найбільш привабливого. Даний підхід може бути використано підприємствами будь-якої форми власності і організаційної структури управління.

7 КОРПОРАТИВНА СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ: ВЗАЄМОДІЯ БІЗНЕСУ, СУСПІЛЬСТВА І ДЕРЖАВИ

УДК 339.924

Т.В.Березянюк, к.е.н., доц., ІПО НУХТ, Київ

ОПТИМІЗАЦІЯ КОРПОРАТИВНОГО ТА СУСПІЛЬНОГО НАПРЯМКІВ РОЗВИТКУ

Світове ринкове співтовариство почало приділяти увагу розвитку процесів консолідації суспільства та корпоративного сектора ще з 90-х років минулого століття. Першими завданнями та спонукальними мотивами з боку суспільства були: створення сприятливого клімату для всього бізнесу; м'які інвестиції в інфраструктуру (підготовка кадрів, удосконалення регулювання); розвиток партнерства держави та приватного сектора; орієнтування інвестицій приватного сектора на загальне благо; пріоритетне залучення цільових внутрішніх інвестицій, посилення конкурентних переваг корпоративного сектору (лідерство державного сектора). У відповідності до завдань держава використовувала наступні інструменти: глобальна стратегія конкурентного розвитку та стимулювання зростання місцевих фірм; підтримка міжгромадської мережевої консолідації та співробітництва; сприяння економічній

взаємозалежності корпоративних груп; розвиток якості трудових ресурсів; підтримка зусиль щодо підвищення якості життя суспільства.

На цьому етапі сформувався підхід, зміст якого в перенесенні акцентів із прямого державного регулювання регіонального розвитку на підтримку формування в проблемних напрямках “автономних механізмів”, а також на стимулювання розвитку приватного підприємництва. Концепція вирівнювання була замінена на концепцію “конструювання вузлів отримання прибутку та забезпечення ефективності”. До цього спонукали і тенденції розвитку глобалізаційних процесів, зокрема конкуренції. Основним засобом отримання конкурентної переваги залишалось лідирування за витратами, а інструментом його забезпечення стало використання інновацій як джерело вищої продуктивності праці.

На процеси світового регулювання розвитку ринкових країн вплинули наслідки фінансової кризи, а після саміту 2011 р. у Давосі узгоджене рішення щодо переходу до нових конструкції світового порядку: головними стають завдання збалансування потреб економіки та вимог екології, а також економічного зростання та потреб суспільства.

Головним інструментом забезпечення співпадіння інтересів визнано прямий вплив державного регулювання на якість ділового середовища. Провідниками у запровадженні сучасної форми його ефективного існування – системи партнерства – були Австралія та Велика Британія. Перед суспільством постає проблема створення ефективних із суспільної точки зору інструментів регламентації доходної частини економічної діяльності, створення та наукового обґрунтування суспільно-економічних стандартів діяльності бізнесового та державного секторів економіки, врівноваження їх, взаємовідносин на соціально виважених засадах. З огляду на характер прийняття рішень та впровадження законопроектів у господарську практику вважаємо, що національне корпоративне середовище потребує наступних дій: створення Концепції партнерства держави та приватного (корпоративного) сектора ; розробки національного Корпоративного кодексу.

Перехід на систему спільного державно-корпоративного забезпечення задоволення соціальних потреб вимагає від наукового та державного аналітичного апарату розробки системи соціальних стандартів на послуги , нормативів рентабельності на надання соціально необхідних послуг комерційними структурами, визначення умов перегляду формування собівартості на послуги державного замовлення, досконалої системи аудиту та адміністративного перехресного контролю та нагляду за додержанням правил виконання, умов контракту та співпраці.

Дослідження, проведені в рамках ООН та споріднених організацій показали про обізнаність приватного підприємництва всіх рівнів про необхідність впровадження як на державному рівні суспільної відповідальності бізнесу, так і через різноманітні ініціативи у сфері соціальної відповідальності та добровільної підтримки.

Принципи соціальної відповідальності бізнесу реалізуються в чотирьох напрямках: дотримання прав людини, трудових відносинах, збереження навколишнього середовища, боротьби з корупцією

Практична організація співпраці (партнерства) корпоративного сектору, держави та суспільства має базуватись на чіткому визначенні переліку сфер, об'єктів сумісної діяльності, що здійснюватиметься на базі збереження громадської та державної власності на неї. Залишаючи за собою право власності держава передає корпоративному сектору у користування соціально значущі об'єкти, гарантуючи нормативними актами та угодами механізм, процедури та гарантії повернення інвестованого ресурсу. Одним із важливих пунктів двосторонньої регуляції має стати непорушність та недоторканість збереження державної власності та частки її вкладу, яка не підлягає приватизації, статутному або корпоративному зменшенню.

Сучасне корпоративне законодавство дозволяє за короткий строк звести державну часту до мінімуму, а в умовах відсутності права “золотої акції” це забезпечить неформалізовану втрату власності, доходів, впливу, збереження соціальних інтересів. Вирішувати такі питання тільки в рамках індивідуально укладеного контракту недоцільно, оскільки в країні нівельована система запобігання, контролю та припинення зловживання.

Практична реалізація ідеї партнерства може бути досягнута на базі впровадження в стосунки між державою та корпоративним сектором відповідального суспільного договору.

УДК 330.341

Н.В.Бібік, к.е.н., Харківська національна академія міського господарства,
Харків

КОРПОРАТИВНА СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ: УКРАЇНСЬКИЙ ВИМІР

Перехід України до ринкової економіки та рух у напрямку сталого розвитку, інтеграції до європейського і світового співтовариства вимагають запровадження сучасних практик взаємодії держави і бізнесу, а також бізнесу і суспільства, які б дозволили посилити взаємну відповідальність усіх учасників суспільного життя, створити умови для подальшого стабільного розвитку суспільства, заснованого на врахуванні якнайширшого кола інтересів. Об'єднання таких інтересів можливо через корпоративну соціальну відповідальність (КСВ), як відповідальність організації, компанії за вплив рішень і дій на суспільство, довкілля шляхом прозорості та етичної поведінки, що сприяє сталому розвитку, у т.ч. здоров'ю і добробуту суспільства; зважає на очікування заінтересованих сторін; відповідає чинному законодавству та

міжнародним нормам поведінки; інтегрована у діяльність організації та практикується в її відносинах.

У сучасному світі соціально відповідальна діяльність бізнесу є загальноприйнятим правилом, якого дотримується значна кількість великих, середніх і навіть малих компаній по всьому світу. З огляду на надзвичайну суспільну та економічну користь, що містить у собі соціальна відповідальність бізнесу, питання її розвитку належать до сфери особливої уваги органів державної влади багатьох країн світу та провідних міжнародних організацій. Проявом цієї уваги є розроблення стандартів КСВ і заходів зі стимулювання бізнесу до соціально відповідальної діяльності.

У більшості країн ЄС у різній формі розроблені та функціонують державні програми підтримки і стимулювання КСВ. Завдяки цим програмам держава визначає бажану поведінку для бізнесу, долучає компанії приватного і державного секторів до спільного виконання соціально важливих завдань, матеріально стимулює бізнес до соціально відповідальної діяльності тощо.

КСВ в Україні перебуває в стадії становлення. Найбільш активними у цій сфері є, насамперед, представництва іноземних компаній, які переносять на українське підгрунтя сучасні світові практики, принципи і стандарти, а також великі та малі вітчизняні підприємства й організації, які протягом останніх 15 років удосконалюють свою діяльність на засадах концепцій Загального управління якістю. Однак, зазначений процес потребує певної координації та стимулювання, а відтак активної участі в ньому держави, яка повинна визначити СВБ як бажану поведінку для бізнесу і розробити комплекс відповідних стимулів (до цього вже дійшли державні органи країн-членів ЄС).

Відповідно до проведеного анкетування щодо КСВ у 2005 та 2010 рівень поінформованості населення про концепцію різнився між регіонами. Так, у Харківській області станом на 2010 рік рівень поінформованості склав 66,1%, що на 7,5% нижче ніж у 2005 році, у Київській області цей показник також знизився з 90,7% у 2005 році до 71,3% у 2010 році. Однак, у той же час спостерігається підвищення рівня поінформованості у Львівській, Донецькій та Одеській областях.

Опитування підприємств різних сфер діяльності щодо необхідності впровадження КСВ у веденні бізнесу показало, що лише половина опитаних (53,3%) вважають за необхідне запровадити на підприємствах політику і практику соціальної відповідальності, 41,1% не вважають це за потрібне і останні 5,6% компаній зазначили відсутність необхідності впровадження соціальної відповідальності. Крім того порівнюючи форми власності підприємств, що активно впроваджують практику КСВ, слід відмітити, що частка підприємств державної форми власності знизилася на 39,5% відсотків у той час коли частка підприємств приватної форми власності, що практикують КСВ зросла з 62,1% до 74,9%.

Майже третина українських компаній повідомила, що не здійснює заходи із соціальної відповідальності. Для більшості з них програми / заходи із соціальної відповідальності не є актуальними через брак коштів, а кожна десята

компанія, яка зазначила, що не здійснює заходи із соціальної відповідальності, вважає, що це функція держави, а не бізнесу. Лише 29,6% підприємств мають стратегію соціальної відповідальності.

Таким чином, КСВ є добровільною діяльністю компаній приватного і державного секторів, спрямованою на дотримання високих стандартів операційної та виробничої діяльності, соціальних стандартів та якості роботи з персоналом, мінімізацію шкідливого впливу на навколишнє середовище тощо, з метою вирівнювання наявних економічних і соціальних диспропорцій; створення довірливих взаємовідносин між бізнесом, суспільством і державою; покращання результативності бізнесу та показників прибутковості у довгостроковому періоді.

З метою стимулювання розвитку та широкого введення корпоративної соціальної відповідальності важливим є запровадження:

- льотного оподаткування підприємств, що впроваджують КСВ
- зменшення адміністративного тиску місцевих органів влади
- популяризація позитивної практики впровадження програм із соціальної відповідальності в світі
- участь місцевих органів влади у розробці пропозицій та програм що можуть бути підтримані в рамках КСВ
- рекламна компанія в ЗМІ
- створення єдиного центру соціальних програм в мережі Інтернет та в кожному регіоні

УДК 316.422:338.24

Брінцева О.Г., к.е.н, ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана», Київ

ОЦІНКА ПРОЗОРОСТІ НЕФІНАНСОВОЇ ЗВІТНОСТІ СОЦІАЛЬНО ВІДПОВІДАЛЬНИХ КОМПАНІЙ

Ідея соціального звітування в широкому значенні передбачає підготовку підприємствами звітів, які мають містити інформацію не тільки про економічні результати діяльності, а й про екологічні, суспільні та трудові показники відповідальності підприємства [3, с. 167-187]. Основними міжнародними стандартами в сфері корпоративної соціальної відповідальності, складання і верифікації нефінансової звітності є 10 принципів Глобального договору, Керівництво зі звітності GRI, Міжнародний стандарт ISO/DIS 26000, AA 1000, Стандарт сертифікації підприємств в сфері трудових відносин SA8000.

Розвиток української мережі Глобального договору ООН надав поштовх нефінансовому звітуванню в Україні і відіграє ключову роль у залученні більшої кількості компаній до цього процесу. В Україні сформувалась група компаній-лідерів нефінансового звітування, які значною мірою визначають

напрям його розвитку, виконуючи роль першопрохідців. Серед компаній, що входять до переліку Топ-100 найбільших в Україні [4] це Оболонь, Київстар, Interpipe, TNK-BP, ДТЕК, Niko, Укрсоцбанк, МТС Україна, Галнафтогаз, Метінвест. Нефінансова звітність в Україні знаходиться на етапі активного розвитку, зважаючи на невисокий відсоток компаній, які звітують (табл. 1). Лише 10 з найбільших 100 компаній [4] беруть участь у нефінансовій звітності [1, с. 34].

В багатьох міжнародних стандартах наголошується на важливості діалогу з заінтересованими сторонами та прозорості нефінансової звітності. Відповідно до Стандарту AA1000, прозорість є характеристикою нефінансової звітності та визначається як «звітність перед заінтересованими сторонами» [5]. Отже, прозорість нефінансової звітності можна визначити як необхідний та достатній для всіх заінтересованих сторін рівень розкриття інформації про діяльність компанії в усіх напрямках корпоративної соціальної відповідальності.

Таблиця 1- Кількість опублікованих нефінансових звітів за 2005 – 2009 рр. [1, с. 34]

Вид нефінансового звіту	Кількість компаній, які подали звіт за відповідний період				
	2005	2006	2007	2008	2009
Звіт у будь-якому форматі	1	2	19	29	18
Звіт про прогрес за відповідний період		1	17	26	16
Звіт за GRI			4	4	1
Верифікували свій звіт		1	3		

В дослідженні «Transparency Benchmark 2010. The Crystal 2010 in association with NBA» [6], зазначається, що прозорість звітності є чинником покращення бізнесу. Організація, прозора для свого оточуючого середовища, показує, як вона позиціонує себе в суспільстві та як вона діє в питаннях стійкості – і це є хорошою підставою для початку діалогу із заінтересованими особами, який призведе до удосконалення бізнесу. Показник «Точка відліку прозорості» (Transparency Benchmark) базується на 50 критеріях [6].

В дослідженні «Індекс прозорості та підзвітності компаній в Україні», прозорість компаній визначається як «рівень розкриття інформації за ключовими сферами корпоративної соціальної відповідальності» [2]. Оцінка прозорості компаній проводилась за 200-бальною шкалою (рис. 1).

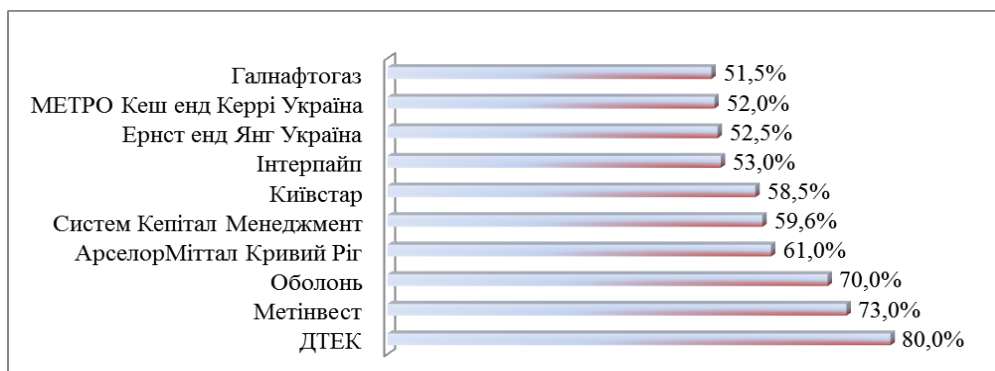


Рис. 1- Рівень прозорості та підзвітності компаній в Україні у 2011 р., %

За результатами дослідження, в першу десятку увійшли: «ДТЕК» (160 балів; 80% прозорості); «Метінвест» (146 балів; 73%); «Оболонь» (140 балів; 70%); «АрселорМіттал Кривий Ріг» (122 балів; 61%); «Систем Кепітал Менеджмент» (119 балів; 59,5%); «Київстар» (117 балів; 58,5%), «Інтерпайп» (106 балів; 53%); «Ернст енд Янг Україна» (105 балів; 52,5%); «МЕТРО Кеш енд Керрі Україна» (104 балів; 52%); «Галнафтогаз» (103 балів; 51,5%).

Інформування заінтересованих осіб про соціально відповідальну діяльність компанії є важливим кроком на шляху до цивілізованого ведення бізнесу, крім того сприяє формуванню нематеріальної вартості компанії. Однак, на жаль соціальна відповідальність, і, зокрема, її відображення у соціальних звітах, має показовий характер і часто розглядається компаніями суто як PR. Практика складання та оприлюднення нефінансової звітності, як свідчить досвід країн Європейського союзу та статистичні дані про її поширення в Україні, має набути подальшого розвитку. Поширенню практики складання нефінансової звітності в Україні сприяє розвиток української мережі Глобального договору ООН, потреба компаній у застосуванні міжнародних стандартів соціально відповідального ведення бізнесу для посилення конкурентних позицій на зарубіжних ринках.

Список літератури: 1. В. Воробей, І. Журовська. Нефінансова звітність: інструмент соціально відповідального бізнесу. К., Представництво ООН в Україні / Ініціатива Глобального договору в Україні. – 2010. – 84 с. 2. Індекс прозорості та підзвітності компаній в Україні. – К.: ТОВ «Фарбований лист», 2011 – 31 с. 3. Социальная ответственность бизнеса. Корпоративная отчетность – новый фактор взаимодействия бизнеса и общества: сб. ст., лекции и выступлений / под общ. Ред. Л.Г. Лаптева. – М.: ЗАО Финансовый издательский дом «Деловой экспресс», 2004. – 310 с. 4. Топ_100 крупнейших компаний Украины за версією «ІнвестГазети» [Електронний ресурс]: Режим доступу: <http://www.investgazeta.ua/kompanii-i-rynki/top-100-159472/> 5. AA1000 Framework Overview [Electronic recourse]: Available at: <http://www.accountability.org/about-us/publications/aa1000-framework-1.html>. 6. Transparency Benchmark 2010 The Crystal 2010 in association with NBA [Electronic recourse]: Available at: http://ec.europa.eu/enterprise/policies/sustainable-business/corporate-social-responsibility/reporting-disclosure/swedish-presidency/files/nat_laws_and_policy_init/dutch_transparency_benchmark_for_esg_disclosure_en.pdf.

М. А.Вахтина, к.э.н., доцент, Поволжский государственный университет сервиса, Тольятти

КОРПОРАТИВНАЯ СОЦИАЛЬНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ И АРГУМЕНТЫ В ПОЛЬЗУ СОЦИАЛЬНОГО КАПИТАЛА

Вопрос о корпоративной социальной ответственности акцентирует внимание на учете последствий нормативно обусловленных действий и решений со стороны крупных предприятий по отношению к стейкхолдерам (к последним следует причислять общественность, государство, инвесторов, другие бизнес-структуры). При этом моральная ответственность неразрывно связана с моральностью действий и корпоративных решений: тот, кто готов принять на себя ответственность, должен неизменно обращаться к определяющим убеждение нормам.

Корпоративную социальную ответственность не следует сводить к простой благотворительности, она может и должна расцениваться как полноценный институт, который позволяет решать серьезные социально-экономические задачи с учетом требований справедливости. Помимо социального инвестирования корпоративная социальная ответственность может проявляться в модификации производственной и коммерческой деятельности компании в интересах стейкхолдеров, выборе ресурсов и технологий, вопросах занятости, качестве и потребительских характеристиках выпускаемых продуктов и услуг, выборе поставщиков и др. Социально ответственные действия не связываются только с краткосрочными выгодами отдельных участников, они способны обеспечить лучшие результаты на более длительную перспективу.

Корпоративная социальная ответственность может обеспечиваться и поддерживаться только при условии наличия в обществе социального капитала, который представляет собой потенциал взаимного доверия и взаимопомощи, целерационально формируемый в межличностном пространстве. Когда уровень доверия в обществе низкий, то вступает в силу «механизм замещения» отношений доверия властными отношениями. В таком случае в качестве альтернативы корпоративной социальной ответственности выступает государственное регулирование экономики, которое не может рассматриваться как полноценный заменитель доверия.

Низкий уровень социального капитала становится решающим фактором в выстраивании отношений российских корпораций со стейкхолдерами. Общество может стать серьезным партнером по диалогу с бизнесом только в случае укорененности социальных ценностей, готовности и способности граждан осознать общественные интересы и принимать участие в общественных начинаниях. Слабость российского гражданского общества, его неспособность выступать в качестве реального партнера бизнеса делают

реализацию этого механизма трудноосуществимой. Дефицит социального капитала создает угрозу перерождения института корпоративной социальной ответственности в средство сговора компаний с представителями государства или отдельными группами за общественный счет, а корпоративная социальная ответственность превращается в простую благотворительность.

Локальные взаимодействия бизнеса и власти в условиях пассивности других слоев общества оказываются обоюдовыгодными. С одной стороны, представители государства, имея непосредственный доступ к ресурсам, рычагам государственного регулирования и контроля, используют его локальным образом, получая за это часть квазиаренды. С другой стороны, бизнес приобретает ряд существенных преимуществ за счет обеспечения доступа к редким ресурсам, подкрепленного дополнительными административными преимуществами, которые могут выражаться в льготном кредитовании, приоритетном бюджетном финансировании, неформальных преференциях. Своеобразной платой за локальное взаимодействие со стороны бизнеса становятся разнообразные, формально неурегулированные платежи в виде взяток или вложений в создание общественных благ (например, благоустройство территории, создание инфраструктуры, социальные проекты и программы, иницируемые властями и др.). В системе локальных взаимосвязей власти и бизнеса исследователи выделяют «черную» и «серую» зоны («белая» зона представляет формально урегулированные взаимоотношения). В рамках серой зоны основными формами привлечения дополнительных ресурсов становятся «квазианалоговые» сборы и участие бизнеса в финансировании различных проектов. Подобная практика дополнительных платежей, которая частично покрывает недостаток налоговых поступлений, предназначенных для решения насущных проблем территорий, имеет целый ряд негативных последствий, как для государства, так и для бизнеса. Как показывает российская практика, они оказываются серьезным барьером на пути позитивных изменений и конструктивных экономических реформ. Закрытая локализация клиентального типа, дифференциация бизнеса по степени его близости к власти сдерживают конкурентные отношения, приводят к утрате потенциала эффективности. Ориентация государства на локальные взаимодействия с бизнесом подрывает универсальные принципы государственного управления, формирует вертикальную политическую интеграцию. Отношения в рамках «серых» схем легко трансформируются в зону коррупционных взаимодействий – «черную» зону, связанную с удовлетворением индивидуальных корыстных интересов представителей власти и бизнеса, обладающих сравнимым влиянием и ресурсами. Такое взаимодействие становится прочным барьером на пути позитивных изменений и конструктивных экономических реформ.

Таким образом, становление корпоративной социальной ответственности как полноценного института, позволяющего решать серьезные социально-экономические задачи, возможно только при условии наличия в обществе

соціального капітала. Движение в сторону корпоративной социальной ответственности неразрывно связано со становлением гражданского общества, повышением уровня доверия, укреплением социальных добродетелей и желанием им следовать.

УДК 334.72:330.1

О.І.Кір'ян, к.е.н., доцент, Українська інженерно-педагогічна академія,
Харків

КРИТИЧНІ ТОЧКИ ВЗАЄМОДІЇ БІЗНЕСУ ТА СУСПІЛЬСТВА

В усі часи існування достатньо розвинутої економіки ми спостерігаємо все більше загострення протиріч між інтересами бізнесу та інтересами суспільства. Всі вони витікають з одного головного пункту: бізнес формується та діє з метою отримання максимально можливого прибутку; суспільство хоче отримати від нього максимальну віддачу. І якщо інтереси бізнесу можуть змінюватись в площині отримання прибутку максимального одноразово або великого значний проміжок часу, то інтереси суспільства щодо внеску бізнесу в його розвиток з часом все збільшуються та розширюються.

Коротко визначимось з основними аспектами цих вимог. На початку від бізнесу вимагали швидкого розвитку з метою формування робочих місць, перенесення тим самим забезпечення населення з проблем держави на проблеми бізнесу; поповнення бюджету держави шляхом виплати все більших податків. Тому суспільство ставило перед бізнесом задачу швидкого розвитку за будь-яких умов.

Пізніше неконтрольований розвиток бізнесу викликав кризи перевищенням пропозицій товарів та послуг в одній галузі та їх відсутністю в іншій, винищенням природних ресурсів, провокуючи тим самим розвиток кризи. Це змінило вимоги суспільства до бізнесу, додавши спроби контролювати найменування та обсяги діяльності. Держава шляхом зміни окремих законодавчих актів заохочує одні види бізнесу та ставить у достатньо неприйнятні умови інші. Це сформувало початок протиріч між суспільством та бізнесом – потребу так формувати діяльність, щоб витратити частку коштів на відновлення природних ресурсів, встановлення додаткових систем захисту та ін. Тобто, вимоги суспільства зменшили прибутки бізнесу.

З подальшим розвитком промисловості та її деструктивним впливом на довкілля суспільство вимагає від бізнесу додаткових дій (витрат) з метою забезпечення безпеки виробництва для природного середовища і подальшого існування людства. Це, як відомо, міститься в реалізації найсучасніших розробок щодо використання відновлювальних ресурсів, створення безвідходного виробництва, зменшення шкідливих викидів в атмосферу, тощо.

І саме це в сучасних умовах постійного розростання кризи в економіці,

політиці та глобальній кризи, коли прибутки бізнесу зменшуються, зростають ризики банкрутства, загострюється суспільна криза взаємоіснування нерівних верст населення, обумовлює критичні точки взаємодії бізнесу та суспільства.

Бізнес бажає в умовах кризи зменшити витрати за будь-яку ціну. Тому додаткові витрати на збереження довкілля є для нього неефективними, додатковим ризиком, загрозою для існування. В той же час відсутність цих витрат є загрозою для існування населення на окремій території.

На наш погляд, це протиріччя можливо розв'язати для окремих видів бізнесу. В першу чергу це стосується тих підприємців та корпорацій, що бажають існувати на ринку достатньо довгий період часу. Бізнес повинен розуміти декілька довгострокових тенденцій.

1. Хворий споживач не буде витрачати гроші на пропозиції на ринку, а витратить їх на відновлення здоров'я. Тому тактичні прибутки не перекриють довгострокових збитків. А заміна виробництва на інше по витратах може не тільки дорівнювати, але й перевищувати витрати на задоволення вимог суспільства.

2. Сам бізнесмен в забрудненому довкіллі не знайде робочу силу, здатну підтримувати та нарощувати ефективність діяльності, тому буде витрачати додаткові кошти на її утримання, збільшуючи тим самим витрати на одиницю продукції. Тому разом зі збільшенням збитків він отримає зменшення інноваційного розвитку виробництва та подальшу перевагу конкурентів.

3. Суспільство, захищаючись, буде бойкотувати виробника, що створює небезпеку (інколи це може виходити за межі законодавчої бази та нести пряму загрозу власнику бізнесу та його майну). Витрати на відновлення майна будуть значно перевищувати витрати на задоволення потреб суспільства.

В той же час суспільство повинно чітко усвідомлювати, що бізнес не в змозі витратити кошти більше, ніж в нього є, для забезпечення соціальної та природоохоронної політики. Якщо ж вимагати цього, бізнес буде «згорнуто», і капітал перейде на нові ділянки економіки. Тому на конкретних територіях замість поліпшення ситуації суспільство отримає суттєву соціальну кризу: різке збільшення рівня безробіття; відсутність в регіоні достатніх коштів на соціальну політику у зв'язку зі зменшенням сплати всіх видів податків; зменшення платоспроможності населення; збільшення заборгованостей в соціальній, комунальній сферах, тощо. Тобто, не маючи змоги задовольнити все зростаючі вимоги суспільства, бізнес перестане задовольняти навіть ті, що вже стали звичними.

Виходячи з цього, суспільству слід формулювати свої вимоги для різних рівнів прибутковості та обсягів капіталів бізнесу.

1. Для тих, хто має достатній стабільний прибуток та дозволяє собі вкладання коштів в інші підприємства та організації, пропозиції можуть носити розширений характер. Суспільство має право вимагати від них повного задоволення вимог захисту довкілля та забезпечення персоналу.

2. Для тих, хто має стабільний прибуток, може бути прийнятним підхід у вигляді довгострокового (на 3-5 років) стратегічного плану забезпечення

наведених вимог. Це дозволить і підприємству, і суспільству раціонально витратити кошти на соціальну політику, контролювати забезпечення взаємних інтересів.

3. Для тих, хто має проблеми з функціонуванням бізнесу, виникає потреба контролю суспільством розробки та впровадження саме соціальної політики організації. Це забезпечить первинні потреби суспільства та дещо стабілізує бізнес.

Виходячи зі сказаного, ми бачимо потребу взаємодії та взаємоповаги і бізнесу, і суспільства для їх взаємного процвітання.

УДК 330.114.658

В.М.Колосок, к.э.н., доцент, докторант, ГВУЗ «Приазовский государственный технический университет», Мариуполь
Н.А.Папуш, студентка, ГВУЗ «Приазовский государственный технический университет», Мариуполь

ОСОБЕННОСТИ ПРИМЕНЕНИЯ КСО УКРАИНСКИМИ ХОЛДИНГОВЫМИ КОМПАНИЯМИ

Новая стратегия Европейской комиссии по КСО 2011-2014 определяет основные параметры и целевые ориентиры развития этически ответственного бизнес – сообщества на основе применения инструмента корпоративной социальной ответственности. Главная роль в реализации новой стратегии КСО отводится Европейской комиссией крупным субъектам бизнеса – транснациональным интегрированным структурам холдингового типа.

Сегодня профиль промышленности Украины определяют уже не отдельные предприятия, а крупные концентрированные структуры, такие как «Систем Кэпитал Менеджмент», «Evraz Group S.A.», «Приват», «Индустриальный союз Донбасса». Как правило, в состав интегрированных структур крупного концентрированного капитала (групп) входят несколько разных холдингов, охватывающих активы нескольких отраслей (бизнесов). Группа «Приват» в Украине владеет активами и холдингами в металлургической, горнорудной, нефтяной, машиностроительной, финансовой и других отраслях. Холдинги группы «СКМ» в Украине охватывают следующие направления: горно-металлургическая промышленность (холдинг «МЕТИНВЕСТ»), энергетика (холдинг «ДТЭК»), телекоммуникации, банковский и страховой бизнес и пр. Кроме активов в Украине указанные группы владеют активами в США, России, Европе, и в то же время управляющие компании большинства транснациональных холдингов и групп зарегистрированы в странах Западной Европы.

Практическое использование КСО в украинском бизнесе только начинается. К лидерам применения инструмента КСО в Украине можно

отнести группы «Evraz Group S.A.» «МТС», «СКМ». Указанные компании декларируют в качестве приоритетных задач КСО: создание безопасных и комфортных условий труда, соответствующих международным стандартам; ведение операционной деятельности в соответствии с международными экологическими стандартами; развитие инфраструктуры образования и здравоохранения персонала компаний группы. Группы, на основе спонсорства и благотворительности, работают в партнерстве с органами местного самоуправления для выполнения программ развития местных сообществ. Но наряду с указанными позитивными результатами использования КСО, следует отметить, что большая часть предприятий не применяет этот инструмент, и к подобной организации бизнес - процессов привлечены лишь несколько крупнейших компаний. На сегодня использование КСО в Украине затруднено рядом объективных противоречий:

1. Бизнес часто использует КСО формализовано, как информационный PR повод, а не как инструмент стратегии.

2. Не определены позиция и стратегия украинского государства в сфере КСО, в том числе и для предприятий, относящихся к собственности транснациональных групп.

3. Отсутствуют единая трактовка КСО в обществе и бизнес - сфере, однонаправленность усилий власти, бизнеса, населения. Нет готовности к равноправному общественному диалогу, в том числе и со стороны государственных органов власти, общества в целом, рядовых граждан .

4. Не отработаны алгоритмы принятия решений о формате и масштабах КСО и методы оценки ее эффективности для бизнеса.

Основная проблема заключается в неверной трактовке и применении на практике принципов стратегии КСО. Так, ряд структур, декларирующих себя социально ответственными, отчитываются о предоставлении качественных услуг партнерам и клиентам, безусловном соблюдении законодательства Украины; полной и своевременной уплате налогов и т.п. Но перечисленное не является сферой КСО - такое поведение соответствует общим нормам «корректного» бизнеса, которых должны придерживаться любые предприятия. Это негативный пример формального использования КСО для улучшения репутации предприятий в глазах общественности или правительства. Часто под лозунгом «КСО» интегрированные структуры осуществляют социальную и экологическую деятельность только в пределах установленных законодательством, либо только на отдельных своих предприятиях, получая при этом те же преимущества, которые предоставляет применение КСО в полном объеме. Другая проблема заключается в том, что предприятия, заявляющие о применении КСО, одновременно участвуют в вредной деловой практике. Так, эксплуатация устаревших технологий с сверхнормативными промышленными выбросами и отходами производства, наносит вред окружающей среде и здоровью местного населения. При таком подходе проекты КСО реализуются для отвлечения внимания общественности от этических и экологических вопросов, связанных с основным бизнесом.

Основной причиной обуславливающей искажение подхода к КСО, является нарушение принципа взаимосвязи стратегии бизнеса со стратегией КСО. В такой ситуации возникает проблема с определением бизнес - эффекта от выполнения программ КСО, а также отсутствие возможности управления ходом достижения выбранной стратегической цели группы. Для уменьшения недостатков использования КСО в интегрированных структурах предлагается применение концепции стратегического управления развитием персонала промышленных предприятий. Концепция направлена на управление всесторонним развитием работников предприятия, путем систематического воздействия на пять его составляющих - материальное благосостояние; здравоохранение; интеллектуальное, культурное и этическое развитие персонала - и формирование эффективной системы корпоративных взаимоотношений между персоналом всех активов, дивизионов и холдингов группы. Применение предложенной концепции стратегического управления развитием персонала успешно апробировано на уровне не интегрированных предприятий.

УДК 330.59

Д.О.Лиховид, кореспондент, видання «Вісник пенсійної реформи», Київ

НОВА СОЦІАЛЬНА ПОЛІТИКА ПІДПРИЄМСТВА: БЕЗВИТРАТНІСТЬ ТА ЕФЕКТИВНІСТЬ

У розумінні більшості і державних службовців, і роботодавців, і громадян соціальне забезпечення вимагає суцільних витрат і значних. З одного боку, це виснажує фінанси підприємств і держави, а з іншого, культивує в громадянах клієнтельські настрої, тобто відчуття фатальної залежності та споживацтва.

Така ситуація призвела до того, що фіскальне навантаження на доходи громадян в Україні є найбільшим серед розвинених країн, а рівень соціального забезпечення – найнижчим. Тобто система є неефективною, так би мовити, «в квадраті».

Про підвищення рівня навантаження на заробітну плату не може і йтися. Вже давно значна кількість працюючих і роботодавців намагаються уникнути сплати відповідних зборів.

Спроба припинити подібне уникнення адміністративними заходами скоріше за все не дасть нічого, крім галасу і зростання корупції. Адже вигоди працівника і роботодавця від уникнення соціальних внесків є суттєвими, а ризики покарання за умов тотальної корупції – не надто високими.

При цьому більшість працівників, що уникають (або погоджуються на уникнення) внесків, розуміють, що їх соціальне забезпечення (охорона здоров'я, навчання їхніх дітей, пенсійне забезпечення) вимагає витрат, і готові

нести ці витрати. Їх тільки турбує якість забезпечення, яке вони можуть отримати за свої кошти.

Нині діюча система перерозподілу соціальних внесків роботодавців і працівників через державні органи, як вже зазначалося вище, неефективна і послуги її абсолютно неякісні.

Спроба ж підвищити її ефективність тими ж адміністративними методами (новими правилами, порядком, контролем) тільки погіршить ситуацію, позаяк вимагатиме все нових видатків на здійснення цих заходів.

Приклад – виплати «чорнобильцям». Уже давно йдеться про перевірку обґрунтованості виплат окремим особам, тобто перевірку справжності їхнього статусу «ліквідатора наслідків Чорнобильської катастрофи». Але будь-які спроби хоча б наблизитися до практичної реалізації цього завдання наштовхуються на необхідність значних витрат на таку перевірку. Не слід також знімати з рахунку незацікавленість у таких перевірках з боку багатьох високопосадовців. І так будь-яка спроба «навести порядок» стикатиметься з необхідністю витратити значні кошти на її реалізацію та саботаж «зацікавлених» на високих поверхах.

Причому це не зачароване коло, а прояв одного з основних законів управління. Система, функціонування якої ґрунтується не на зацікавленості її елементів, є системою т.зв. «механістичною», тобто потребує зовнішнього примусу. Вона завжди буде неефективною. На відміну від т.зв. «органічної» системи, тобто тієї, кожним елементом якої рухає не примус, а зацікавленість. Така система органічно пристосовується до будь-яких зовнішніх викликів і змін обставин функціонування. І, головне, всі її елементи намагаються взаємодіяти із мінімальними витратами для себе, і з максимальною якістю отримуваної вигоди.

Яке відношення все це має для соціального забезпечення?

У відповідь наведемо той факт, що у розвинених країнах понад 60% витрат на соціальне забезпечення розподіляється не через державні органи, а через інститути громадянського суспільства, тобто через громадські організації та приватні компанії. Але на конкурентних засадах.

На жаль, такий підхід поки що не став базовим у нашій державі для використання коштів обов'язкових соціальних відрахувань.

Однак значна кількість роботодавців намагається впроваджувати власні програми соціального забезпечення. При цьому стара парадигма – «соціальне забезпечення спричиняє до значних витрат» – грає і з ними, і з робітниками злий жарт. З одного боку, роботодавці витрачають суттєві кошти, з іншого – їхні працівники сприймають це, у найкращому випадку, як само собою зрозумілий крок або як спробу відмити від податків частину коштів підприємства. При цьому дуже часто реакцією працівників є вислів: «Краще б зараз віддали ці гроші нам». До того ж досить часто така доброчинність роботодавця породжує не стільки лояльність, скільки залежність працівника від роботодавця.

І головне, якість отримуваних працівником за кошти роботодавця соціальних послуг не може гарантувати ані роботодавець, ані, зрозуміло, працівник.

Отже, маємо практично той самий результат, що і в державній системі: великі витрати, невдоволення і споживацьке ставлення «ощасливлених», клієнтельські відносини. І, врешті-решт, неконтрольована якість тих самих соціальних послуг, заради яких все витрачалися кошти. Єдиний позитивний момент – у соціальному забезпеченні роботодавця менші втрати на корупцію.

І причини тут ті самі – нав'язане піклування. Як кажуть, для людини не можна зробити нічого гіршого, ніж почати за неї вирішувати її проблеми.

Можливий вихід той самий – вирішення соціальних проблем робітників має організуватись через механізми самоуправління і залучення самих робітників.

Отже йдеться про інноваційне управління соціальним забезпеченням працівників. Менеджменту слід задіяти особливий капітал – соціальний – для вирішення проблеми надвитрат на соціальний захист і низьку якість соціального забезпечення.

Менеджмент на будь-якому підприємстві є його найбільш організованим чинником. Йому належить провідна роль у створенні, апробації та впровадженні механізмів залучення працівників до участі у власному соціальному забезпеченні та управлінні його якістю.

Практика вже демонструє перші ознаки формування таких механізмів. Наприклад, є підприємств та вищі навчальні заклади, які утворили комітети впровадження накопичувального пенсійного забезпечення. Така необхідність виникла з огляду на стан нашої пенсійної системи, на яку не покладають серйозних надій вже велика кількість людей.

Ці комітети утворені з представників як менеджменту, так і профспілок, у тому числі органів самоуправління студентів. Завдання цих комітетів полягає не в написанні владі сльозливих листів про неможливість прожити на пенсію, а в тому, щоб вивчивши ситуацію із пенсійним накопиченням, запропонувати працівникам оптимальний спосіб забезпечення своєї майбутньої пенсії.

Ці комітети висунули вимоги і визначили ті недержавні пенсійні фонди, з якими доцільно співпрацювати членам трудового або студентського колективу їх організації.

Отже, ми бачимо перші ознаки самоврядного підходу до питання соціального забезпечення. При цьому, працівники в таких організаціях не відчужені від зусиль менеджменту із їх соціального забезпечення, а відповідно роботодавець не витрачає занадто великих коштів на це забезпечення. І, головне, якість послуг диктується самими користувачами послуг – працівниками підприємств – через їх спеціальні комітети.

Таким самим чином, запровадивши спеціальні механізми самоуправління, роботодавці в змозі задовольнити потреби своїх працівників у надійному та якісному задоволенні їх соціальних проблем, причому не обов'язково витрачаючи завеликі кошти.

Досвід означених вище організацій опрацьований комітетом ринку фінансових послуг та з питань соціальної відповідальності бізнесу при Торгово-промисловій палаті України і вже активно впроваджується все новими і новими роботодавцями. Більше того, комітет розробив програми, за допомогою яких працівники можуть забезпечити собі не тільки майбутню пенсію, але й якісне і недороге медичне обслуговування, надійне фінансування придбання житла собі, або дітям. І всі ці програми вимагають від роботодавця не стільки грошей, скільки організаційно-управлінських зусиль, які і є сутністю діяльності менеджменту.

Понад те, такий інноваційний підхід не лише заощаджує кошти роботодавців, а й сприяє активному формуванню громадянського суспільства. Адже працівники, які беруть участь в управлінні своїм соціальним забезпеченням, уже не мають клієнтельського відношення до свого роботодавця чи держави, і не є носіями споживацьких настроїв, на яких треба витратити все більше і більше коштів.

УДК 342.25:331.107.5

Я.В.Ободець, викладач Донецького державного університету управління,
Донецьк

Р.В.Ободець, кандидат наук з державного управління, доцент, Донецький
державний університет управління, Донецьк

ВЗАЄМОДІЯ ОРГАНІВ МІСЦЕВОГО САМОВРЯДУВАННЯ З БІЗНЕС-СТРУКТУРАМИ НА ЗАСАДАХ КОРПОРАТИВНОЇ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ

Реформування системи місцевого самоврядування та розподіл повноважень між органами державної влади та органами місцевого самоврядування - сьогодні найбільш актуальні питання для наукових кіл. Сьогодні актуального значення щодо процесу взаємодії між органами місцевого самоврядування та підприємствами малого та середнього бізнесу набуває Закон України „Про державно-приватне партнерство” [1].

Згідно цього закону було визначено організаційно-правові засади взаємодії державних партнерів з приватними та основні принципи державно-приватного партнерства на договірній основі.

Об'єктами державно-приватного партнерства, відповідно до Закону, є об'єкти, які перебувають у державній або комунальній власності. Такими об'єктами можуть бути існуючі, створювані або придбані об'єкти, при цьому існуючі об'єкти не підлягають приватизації і перебувають у державній або комунальній власності на весь термін дії договору державно-приватного партнерства [1].

Прийняття законодавчих актів в сфері здійснення державно-приватного партнерства є успішною передумовою реалізації проектів державно-приватного партнерства та своєрідною пропозицією держави приватному бізнесу співпрацювати на засадах рівності, прозорості та взаємної вигоди.

Актуальним для сьогодення є також розвиток підприємництва та державно-приватного партнерства у налагодженні ефективного діалогу між державою та регіонами із застосування принципів корпоративної соціальної відповідальності.

Місцева влада при здійсненні економічної політики орієнтується переважно на великий бізнес, менше – на середній і зовсім не враховує потенціалу малого підприємництва. Значною проблемою в цій сфері є відсутність умов для інтеграції малого та середнього підприємництва у національну та регіональні економічні системи. Підприємництво розвивається стихійно, некеровано та безсистемно, без зусиль з боку місцевої влади щодо оптимізації його структури та збільшення економічної значимості.

Особливу роль державно-приватне партнерство має відігравати у розбудові об'єктів виробничої, транспортної, комунальної та соціальної інфраструктур на місцевому рівні, що сьогодні перебувають у критичному стані. Цьому сприятиме залучення приватних інвестиційних ресурсів та розвиток концепції соціально відповідального бізнесу.

Ключову роль у налагодженні стабільного та ефективного зв'язку між державою, бізнесом і громадою у вирішенні місцевих соціальних проблем на засадах добровільності та взаємовигоди мають відігравати місцеві органи влади та органи місцевого самоврядування [1].

Для ефективної взаємодії та поширенні елементів партнерства та соціальної відповідальності необхідно активізувати діяльність за такими напрямками:

створення сприятливих умов для суб'єктів господарювання, що беруть участь у вирішенні соціальних проблем територій через надання податкових пільг, які можуть бути закріплені законодавчо (як приклад можна виділити податкову політику США, де на законодавчому рівні закріплені пільги для підприємств, які реалізують концепцію соціальної відповідальності у будь-якій сфері діяльності);

сприяння залученню та розвитку громади через діяльність компаній на основні відповідних принципів, а саме: компанія та будь-яка інша організація має розглядати себе як частину громади у впровадженні програм залучення та розвитку громад - тому, і сама компанія має приймати участь у формування місцевої політики на засадах таких стимулів як пільгове використання місцевих природних ресурсів, зменшення адміністративних перепонів в розвитку бізнесу таких підприємств, зменшення ставки єдиного податку, здійснення регуляторної політики в інтересах малих підприємств відповідної галузі (будівництво, енергетика тощо).

Крім цього, потрібно поважати і враховувати думку громади під час прийняття і реалізації рішень організації; потрібно приймати до уваги

різномаїття громади в контексті культурних, релігійних, тендерних особливостей, традицій та історичного походження; потрібно поважати цінності партнерства, підтримки та обміну досвідом і ресурсами під час роботи із громадами, і волонтерства, запрошуючи членів громади працювати волонтерами в соціальних й екологічних проектах громади, а також запрошувати співробітників організації виступити волонтерами у важливих проектах громади.

Таким чином, ефективний розвиток державно-приватного партнерства повинен здійснюватися обома сторонами, як на державному (місцевому) рівні, так і з боку підприємництва, в частині запровадження соціальної відповідальності. Посилення партнерських відносин держави та регіонів можливе за рахунок розвитку малого й середнього підприємництва та забезпечення результативності державно-приватного й бізнесово-громадського партнерства.

Література: 1. Закон України „Про державно-приватне партнерство” станом на 1 липня 2010 р. // Уряд. кур’єр. – 2010. - № 160. - № 34.

УДК 658.17

М.П.Павлюк, ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана»

МЕТОДИЧНІ ПІДХОДИ ДО ОЦІНКИ РЕЗУЛЬТАТИВНОСТІ ПРОГРАМ У СФЕРІ КОРПОРАТИВНОЇ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ ВІТЧИЗНЯНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Соціальна відповідальність підприємства – багатогранне явище, яке може бути інтегроване в діяльність підприємства на абсолютно різних рівнях і в різних обсягах. На сучасному етапі питання соціальної відповідальності перебуває у стані активних досліджень, як наслідок, існують великі розбіжності в трактуванні поняття «корпоративної соціальної відповідальності» (далі КСВ), складу показників та факторів, що його визначають, підходів та методик дослідження систем КСВ на підприємстві. На сьогодні найбільш комплексним можна вважати визначення поняття «КСВ» у стандарті ISO 26 000 [1].

Проте, впровадження КСВ у формі та за напрямками, обумовленими в стандарті, ставить питання про ступінь готовності вітчизняного суспільства до тих чи інших заходів у сфері КСВ з боку бізнесу, адже за даними опитування на вітчизняному бізнес-просторі діє приблизно 63 підприємства, котрі називають себе соціально відповідальними [9].

Так, було досліджено підходи до оцінки результативності програм КСВ, висвітлені у працях Р. Ходжеттса [2], О.Родіонова [5], В.Шаповал [6], О.Ворони

[7], а також відповідно до стандарту GRI [4] та публікації ООН в Україні «Соціальна відповідальність бізнесу, розуміння та впровадження» [3].

Проте, усі підходи до оцінки заходів у сфері КСВ не враховують вітчизняну посткризову специфіку цілей у сфері КСВ та спрямованість на об'єкти впливу, тому можна зробити висновок про те, що критерії оцінки результативності заходів КСВ необхідно формувати відповідно до вимог сучасного бізнес-середовища та бажаних результатів.

Отже, провівши дослідження, ми вважаємо, що оптимальні критерії та показники оцінки результативності заходів компанії у сфері КСВ можуть бути представлені лише відповідно до цілей бізнесу у сфері КСВ та об'єктів впливу таких заходів й представлені наступним чином (рис.1):

<p><u>1. Внутрішня трудова відповідальність</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - дослідження соціальної структури працівників на основі звітності підприємства, освітній рівень робітників (% до середньооблікової чисельності робітників); - дослідження соціального пакету організації та кількості робітників, що має медичну страховку (чол.); - кількість робітників, що отримали безкоштовну медичну допомогу та оздоровлення в лікарняних закладах (чол.); - рівень прихильності робітників до роботодавця (визначається опитуванням та анкетуванням); - дієвість системи мотивації (опитуванням та анкетуванням визначається ступінь відповідності існуючої системи мотивації потребам робітників); - рівень плинності кадрів (коефіцієнт плинності кадрів); - відповідність рівня санітарно-гігієнічних умов праці технічній та нормативній документації, стандартам та міжнародним вимогам; - рівень профілактики та запобігання травматичним випадкам на виробництві та заходи з запобігання аваріям на виробництві (тис. грн./чол.); - кількість робітників, що пройшли перепідготовку та перекваліфікацію у вищих навчальних закладах на безкоштовній основі (чол.); - наявність профспілки; - кількість порушень трудової дисципліни (випадків). 	<p><u>2. Економічна відповідальність</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - майнова відповідальність (коефіцієнт зносу основних засобів, коефіцієнт оновлення основних засобів); - ліквідність, платоспроможність й кредитоспроможність підприємства (поточний коефіцієнт покриття, коефіцієнт швидкої та абсолютної ліквідності); - оборотні кошти (коефіцієнт оборотності активів, коефіцієнти оборотності дебіторської та кредиторської заборгованості, товарно-матеріальних запасів, позначки довжини фінансового та операційного циклів); - прибутковість (рентабельність основної діяльності, обсяг доходу від реалізації продукції, обсяг чистого доходу); - видатки підприємства (обсяг сукупних витрат у структурі доходів, загальний обсяг податкових відрахувань (включаючи ПДВ); - відрахування на оплату праці та соціальні відрахування в загальній структурі балансу. [8].
<p><u>3. Екологічна відповідальність</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - економія споживання природних ресурсів (%); - повторне використання та утилізація відходів (%); - екологічна безпека виробництва та продукції (кількість накладених штрафів); - кількість викидів CO₂ (т CO₂/ТДж або %); - заходи, спрямовані на екологічну співпрацю у рамках загальнодержавних та місцевих цільових програм (сума відрахувань на природоохоронні заходи: сплачені податки до державного та місцевого бюджету; додаткові відрахування на природоохоронні заходи). 	<p><u>4. Суспільна відповідальність</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - участь у підтримці та розвитку інфраструктури території (тис. грн.); - участь у залученні інновацій в країну (тис. грн./кількість інноваційних проектів); - участь у підтримці незахищених верств населення (кількість пільговиків та сума, на яку надано допомогу); - рівень відповідності послуг міжнародним вимогам (визначається відповідно до положень міжнародних директив, норм, стандартів).

Рис.1- Напрями та показники оцінки результативності заходів компаній у сфері КСВ [розроблено автором]

Бібліографічний список. 1. Міжнародний стандарт ISO 26000 – Social responsibility [чинний від 1.11.10]. [Електронний ресурс] Режим доступу:

http://www.iso.org/iso/iso_catalogue/management_and_leadership_standards/social_responsibility/sr_discovering_iso26000.htm. 2. Ходжеттс Р. Менеджмент: теория, процесс и практика управления / Р. Ходжеттс. – М.: ЮНИТИ, 2004. – 295 с. 3. Публікація ООН в Україні «Соціальна відповідальність бізнесу, розуміння та впровадження». – К.: 2005. 4. GRI: руководство по отчетности в области устойчивого развития [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.globalreporting.org/>. 5. Родіонов О.В. формування концепції соціальної відповідальності підприємства [Електронний ресурс] режим доступу до статті: www.nbu.gov.ua/e-journals/vsunud/2009-6E/09rovsvp.htm. 6. Шаповал В.М. Соціальна відповідальність як конкурентна перевага розвитку сучасного бізнесу / В.М. Шаповал // Проблемы развития внешнеэкономических связей и привлечения иностранных инвестиций: региональный аспект. – 2010. – С.189-193. 7. Ворона О. В. Методичні підходи до оцінки рівня соціальної відповідальності / О. В. Ворона // Вісник економіки транспорту і промисловості. – 2010. – № 30. – С. 127-133. 8. Бланк И. А. Основы финансового менеджмента: В 2 т. / И. Бланк — К.: Эльга, Ника-Центр, 2004. — Т. 1. — 624 с. 9. Довідник соціально-відповідальних компаній України. – К.: К.І.С., 2007. – 170с

УДК 334.715:330.34

А.Л.Сабадирьова, канд. екон. наук, доцент, Одеський національний економічний університет, Одеса

ПРОГРАМНО-ЦІЛЬОВА МОДЕЛЬ КОРПОРАТИВНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВА

Знання стають важливим економічним ресурсом підприємства в умовах сучасного економічного простору. Інноваційний розвиток підприємства за програмно-цільовою моделлю корпоративного потенціалу підприємства потребує впровадження нового методичного інструментарію вирішування стратегічних завдань.

Програмно-цільова модель корпоративного потенціалу підприємства характеризується дивізіональним типом організаційної структури, відображає ідеї стратегії підвищення конкурентоспроможності суб'єктів господарювання і представлена як відкрита система взаємозв'язку зовнішнього середовища, стратегій, корпоративного потенціалу та його мобілізації за умовами впливу основних факторів виробництва. Зовнішнє середовище корпоративного потенціалу підприємства характеризується концентрацією капіталу, диверсифікацією напрямів діяльності, достатнім рівнем довіри та консолідацією зусиль зацікавлених учасників корпоративного процесу. До того ж банківські установи, як правило, прагнуть інвестувати в корпоративні структури, використовують їх депозити, надають кредити, інвестують та використовують отриманий прибуток для свого розвитку, сплати дивідендів і податків.

В програмно-цільовій моделі корпоративного потенціалу суб'єкти господарювання здійснюють індивідуальне відтворення, наймають робочу силу, залучують до господарської діяльності фактори виробництва, сплачують за

це кошти, реалізують свою продукцію та послуги, характеризуються самостійністю, систематичністю, інноваційним характером розвитку, одержанням прибутку. Проте, корпорації інтегрують різні види інноваційного процесу, приваблюють інвестиційні ресурси, створюють умови для економіки знань у системі корпоративного потенціалу підприємства.

Програмно-цільова модель побудована на основі послідовного, прямого та зворотнього зв'язку, являє собою самостійну структуру, може змінювати склад компонентів. Впровадження програмно-цільової моделі корпоративного потенціалу підприємства пов'язано з переходом до нової якості економічного зростання, розвитку підприємництва, ємного конкурентного внутрішнього ринку за умовами інтеграції суб'єктів господарювання в глобальне середовище.

Основну ідею програмно-цільової моделі корпоративного потенціалу підприємства визначає декомпозиція системи, що розкриває структуру дивізіонального типу та відокремлює види потенціалів.

Системна організація структури видів корпоративного потенціалу підприємства – це складний механізм, де поєднуються стимули та обмеження, жорстка технологія, інновації, вільна творчість і нормативні вимоги. Якщо кількісні та якісні характеристики системних компонентів корпоративного потенціалу підприємства відповідають вимогам зовнішнього середовища, то зростають показники ефективності його господарсько-фінансової діяльності.

До корпоративного потенціалу підприємства, побудованого на засадах системного підходу входять ресурсний, організаційний, стратегічний, управлінський, виробничий та корпоративний види потенціалів та взаємопов'язані компоненти зовнішнього оточення (рис.1).

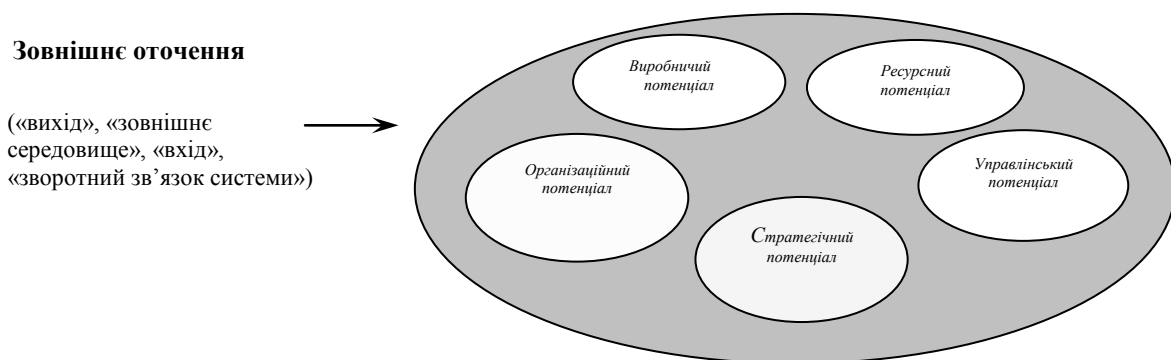


Рис. 1- Система видів корпоративного потенціалу підприємства

Ресурсний потенціал підприємства є сукупністю якостей системи можливостей ресурсів та їх мобілізації в комерційному процесі з метою досягнення конкурентних переваг з урахуванням впливу зовнішнього середовища.

Організаційний потенціал підприємства є сукупністю якостей системи можливостей унікальних ресурсів нових знань, освіти, науки та їх мобілізації в процесі методичного забезпечення в управлінні знаннями щодо досягнення конкурентних переваг з урахуванням впливу зовнішнього середовища.

Стратегічний потенціал підприємства є сукупністю якостей системи можливостей ресурсів стратегії потенціалу та їх мобілізації в стратегічному процесі в досягненні конкурентних переваг з урахуванням впливу зовнішнього середовища.

Управлінський потенціал підприємства є сукупністю якостей системи можливостей ресурсів та їх мобілізації в управлінському процесі щодо досягнення конкурентних переваг з урахуванням впливу зовнішнього середовища.

Виробничий потенціал підприємства характеризується сукупністю якостей системи можливостей ресурсів та мобілізації в виробничому процесі щодо досягнення конкурентних переваг з урахуванням впливу зовнішнього середовища.

Корпоративний потенціал підприємства є сукупністю якостей системи можливостей ресурсів та їх мобілізації в процесі корпоративного управління інноваційно-інвестиційним розвитком в досягненні конкурентних переваг з урахуванням впливу зовнішнього середовища.

Система видів корпоративного потенціалу підприємства на підставі основних системних принципів дає уявлення про структурну організацію взаємопов'язаних компонентів його системи та їх відносини із зовнішнім оточенням за умови побудови програмно-цільової моделі з притаманними їм закономірностями.

УДК 338.45:334.78

О. І.Шаша, аспірантка НТУ «ХПІ», Харків

КОРПОРАТИВНА СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ ЯК ФАКТОР ФОРМУВАННЯ ПОЗИТИВНОГО ІМІДЖУ ПІДПРИЄМСТВА

Сьогодні, коли імідж підприємства відіграє все більш важливу роль у стійкому розвитку підприємства, виникає необхідність пошуку нових форм організації управління ним. У зв'язку з цим особливого інтересу набуває концепція корпоративної соціальної відповідальності, адже саме вона може забезпечити перевагу серед конкурентів, стимулювати довіру споживачів, інвесторів, зміцнювати соціально-психологічний клімат колективу.

Проблемам визначення поняття «імідж підприємства» та процесу його формування присвячені праці таких вчених як: Л. Е. Орбан-Лембрика [5], Л.Н. Коновалова, М. І. Корсакова, В. Н. Якимець [3], А. І. Чуміков [6] тощо. Дослідженню впливу соціальної корпоративної відповідальності приділяли увагу такі вчені як: Д. Кроутер, Г. Арас [4], І. А. Альошина [1], Л. В. Даниленко [2] тощо. Але залишаються недостатньо розробленими питання щодо розкриття сутності корпоративної соціальної відповідальності та ефективності її впливу на позитивний імідж підприємства.

Метою дослідження є розкриття впливу корпоративної соціальної відповідальності на формування позитивного іміджу підприємства.

Виходячи з проведеного дослідження, імідж підприємства - це спеціально проєктований, заснований на особливостях діяльності, закономірностях, властивостях, перевагах, якостях та характеристиках образ певного об'єкту, який цілеспрямовано вводиться (закріплюється, вкорінюється) в свідомість цільових аудиторій за допомогою комплексу маркетингових комунікацій. До цільових аудиторій відносять споживачів, постачальників, інвесторів, держструктури, ЗМІ, персонал. Тому зусилля по створенню іміджу підприємства повинні зосереджуватися в двох напрямках: внутрішньому та зовнішньому. Внутрішній імідж підприємства формується за наявності наступних елементів: фінансового планування та ефективної кадрової політики. Складовими зовнішнього іміджу підприємства є: якість продукції/послуг, реклама, суспільна діяльність, екологічна відповідальність, імідж в очах ЗМІ, ділова репутація, імідж підприємства як роботодавця.

Одним з ефективніших факторів формування іміджу підприємства є корпоративна соціальна відповідальність. Адже благодійність, меценатство, спонсорська діяльність, додаткове соціальне забезпечення персоналу, вироблення якісної продукції, встановлення справедливих цін на продукцію, забезпечення екологічно безпечного процесу виробництва та інші форми корпоративної соціальної відповідальності суттєво підвищують рейтинг, ефективно диференціюють його від конкурентів. Вона є одним з важливих інструментів підвищення капіталізації підприємства, розкриває доступ до широкого кола інвестиційних ресурсів, забезпечує розвиток за трьома основними напрямками (економічним, соціальним, екологічним).

Таким чином, корпоративну соціальну відповідальність можна визначити як відповідальне ставлення будь-якого підприємства до своєї продукції/послуг, до споживачів, партнерів, персоналу; активну соціальну позицію підприємства, що полягає у гармонійній взаємодії із суспільством, участю у вирішенні найгостріших соціальних проблем.

Програми корпоративної соціальної відповідальності, за допомогою яких формується позитивний імідж у свідомості цільових аудиторій, також поділяються на зовнішні та внутрішні. До внутрішніх умовно можна віднести: програми по розвитку персоналу; програми по охороні здоров'я; програми соціально-культурного сервісу (надання житла, створення та підтримка власних творчих та наукових колективів із числа персоналу, створення мережі соціальних закладів, формування програм відпочинку персоналу). До зовнішніх можна віднести: екологічні програми та програми якості продукції, освітні програми та підтримка наукових досліджень, програми по взаємодії з органами державної та місцевої влади, програми з підтримки культури та мистецтва, філантропічні програми, меценатство, спонсорство тощо.

Ефект від впровадження соціально-відповідальної політики проявляється у створенні позитивного іміджу, підвищенні репутації та гудвілу, встановленні міцних зв'язків із цільовими аудиторіями. Хоча формування позитивного

іміджу на засадах корпоративної соціальної відповідальності – це процес неперервний, який потребує значних грошових коштів, переваги, які отримує підприємство в результаті є достатньо вагомими. Так, наприклад, при ефективному вкладанні грошових коштів у соціальний розвиток персоналу, підприємство забезпечує залучення і утримання висококваліфікованих кадрів, підвищує продуктивність праці, збільшує обсяги продаж, максимізує прибуток. Витрачаючи кошти на екологічну безпеку та соціальний розвиток громадськості, підприємство залучається підтримкою органів державної та місцевої влади, а також інших цільових аудиторій (що гарантує довгострокову успішну діяльність). Але слід пам'ятати, що корпоративна соціальна відповідальність орієнтована на перспективу і ті кошти, що воно на неї витрачає, повернуться лише згодом, проте у збільшеному обсязі.

Список літератури. 1. Алешина И. В. Паблик Рилейшинз для менеджеров и маркетингологов. – М.: Изд-во «Тандем, Гном-Пресс», 2007. – 255 с. 2. Даниленко Л. В. Все об имидже: от подходов до рекомендаций // Маркетинг и маркетинговые исследования Издательского дома Гребенников (2007) [Электронный ресурс] / Л. В. Даниленко. – Режим доступа: http://www.marketology.ru/all_image.html. 3. Коновалова Л. Н., Корсакова М. И., Якимец В. Н. Управление социальными программами компании./ Под ред. Литовченко С. Е. – М.: Ассоциация менеджеров, 2003. – с. 152. 4. Краплич Р. Корпоративна соціальна відповідальність українського бізнесу: Досвід Фондації Острозьких: Посібник для бізнесу та неприбуткових організацій. – Рівне, 2005. – 74 с. 5. Орбан-Лембрик Л. Е. Психологія управління: посібник. – К.: Академвидав, 2003. – 586 с. 6. Чумиков А. И., Бочаров Н. П. Актуальные связи с общественностью: сфера, генезис, технологи, области применения, структуры. – М.: Высшее образование, 2009. – 721 с.

УДК 331.101.26

Т.Н. Шкода, к.е.н., Національний авіаційний університет, Київ

СУТНІСТЬ СОЦІАЛЬНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА

Загалом у світі спостерігається явище глобальної соціалізації цивілізованого суспільства, в тому числі економіки. В основі її лежать сучасні технологічні зрушення. Крім того, глобальна соціалізація потребує від господарських суб'єктів як досягнення кінцевих цілей соціальних проблем соціумів, пов'язаних із функціонуванням даних суб'єктів, так і реалізації можливостей використання соціальних результатів як чинників подальшого економічного зростання. Це набуло особливої актуальності в часи глобальної економічної кризи, яка продовжується і сьогодні.

Практичний менеджмент в Україні на сьогоднішній день ще не повністю усвідомив необхідність пріоритетності соціальних цілей і завдань перед економічними, має часто стереотипний погляд на соціальні питання як об'єкт управління винятково державних органів.

Соціальний розвиток охоплює широке коло аспектів, яке включає створення необхідних умов для культурного розвитку, спілкування, відпочинку і повноцінного відновлення сил працівників. Для забезпечення соціального розвитку підприємство утримує і розвиває соціальну інфраструктуру. Всі ці елементи є факторами безпосереднього соціального середовища підприємства.

Отже, соціальний розвиток підприємства можна визначити, як помітні зміни на підприємстві, що визначаються переходом усіх соціальних відносин та процесів до якісно нового стану під впливом факторів внутрішнього і зовнішнього середовища. Соціальний розвиток підприємства є наслідком як цілеспрямованої діяльності людей, які є суб'єктами цього процесу, так і результатом непрямого впливу виробництва на соціальні групи підприємства, населення регіону, споживачів продукції підприємства.

Соціальний розвиток трудового колективу підприємства, як правило, розглядається у широкій та вузькій площині.

Соціальна функція підприємства реалізується за допомогою здійснення як обов'язкових, так і добровільних соціальних програм, які розробляються і реалізуються за ініціативою самого підприємства.

Досвід розвинених країн показує, що соціальні витрати підприємств, пов'язані з виплатою працівникам грошової допомоги і негрошових соціальних послуг, є частиною трудових витрат, які значно зростають. У 80-90-х роках ХХ ст. соціальні витрати американських підприємств зростали на 50% швидше, ніж витрати на заробітну плату.

Україна виявляє прагнення, законодавчі й організаційні дії до посилення соціальної орієнтації країни. Однак практична реалізація цих ініціатив свідчить про наявність досить суттєвих проблем у сфері соціального розвитку нашої держави.

Тому не знімаючи відповідальність держави за соціальний розвиток у країні, в цілому існує необхідність його впровадження на рівні господарського суб'єкта, де в ринковій економіці зосереджена лєвова частка матеріального майна країни (приблизно 70%).

В умовах загострення соціально-економічних відносин в суспільстві підприємствам необхідно замислитись про свою соціальну діяльність і відповідальність перед суспільством, оскільки порушення економічного та екологічного балансу у всьому світі створює реальні загрози для бізнеса і ставить під питання його існування разом із самим суспільством. Сьогодні підприємства найрозвинутіших держав світу, як і самі держави, не в змозі самотійно змінити таку тенденцію. Саме тому наявні проблеми потрібно вирішувати всім соціальним партнерам – бізнес-сектору, державі і громадським організаціям.

Результатом впливу загально цивілізаційних, економічних та соціальних тенденцій світового розвитку є бізнес-модель соціально відповідальної організації, тобто в основі її лежить корпоративна соціальна відповідальність, інтегрована в бізнес-стратегію підприємства та його цінності. Дійсно, очевидним є те, що економічні реалії і соціальний розвиток суспільства, а отже

і підприємств, корелюють між собою, відбувається трансформація соціальних відносин і очікувань.

Одним із найважливіших способів забезпечення стійкого соціального розвитку світової спільноти в цілому та підприємств зокрема в сучасних умовах можна вважати ідею соціальної згуртованості.

Соціальна згуртованість колективу може стати основою моделі соціально відповідального підприємства і його відповідальної поведінки відносно суспільства і працівників. Підприємство з розвинутою організаційною культурою, як системою цінностей, які поділяються всіма членами колективу, ніколи не буде соціально розрізненим.

Проте, якщо підприємство вирішило працювати згідно принципів соціальної відповідальності, воно має розв'язати проблему побудови діалогу з широким колом зацікавлених сторін шляхом соціального партнерства.

Отже, соціальний розвиток підприємства відбувається шляхом переходу всіх соціальних відносин та процесів до якісно нового стану під впливом факторів внутрішнього і зовнішнього середовища. При цьому на нього впливають як безпосередні фактори соціального середовища підприємства, так і тенденції світового розвитку.

УДК 658.5

Н.М. Шматько, к.е.н., Українська інженерно-педагогічна академія, Харків

ОБҐРУНТУВАННЯ ЗАХОДІВ З УПРАВЛІННЯ ГНУЧКІСТЮ ПАТ «ХАРКІВСЬКИЙ ЗАВОД «ГІДРОПРИВІД»

Індекс мінливості зовнішнього середовища для виду промислової діяльності складає 0,715. Опитування п'яти експертів підприємства, компетентність яких директор оцінив як рівним чином високу (5 балів за 5-бальною шкалою), і обробка його результатів надали наступні результати щодо значущості окремих груп факторів середовища підприємства: коефіцієнт конкордації склав 0,68, що свідчить про погодженість думок експертів. У таблиці 1 розраховано індекс мінливості середовища для кожного окремого бізнес-процесу підприємства за формулою, а бізнес-процеси проранжовано за різницею між рівнем мінливості середовища і рівнем гнучкості бізнес-процесу.

Проведене ранжування дозволило визначити бізнес-процеси, які в першу чергу потребують підвищення рівня гнучкості. Для таких бізнес-процесів доцільно дослідити фактори, які зумовили недостатній рівень гнучкості, з метою подальшої розробки заходів з цілеспрямованого впливу на такі фактори. Аналіз свідчить, що найбільш часто найважливішими факторами є:

- наявність альтернативних технологій (методик, процедур) реалізації процесу;
- гнучкість плану;

- вимоги щодо інформації, яка передається бізнес-процесами – постачальниками;
- ступінь регламентованості виконання бізнес-процесу;
- ступінь закріплення завдань (функцій) між співробітниками, залученими до виконання бізнес-процесу;
- фіксованість джерел інформації, використовуваних для реалізації бізнес-процесу;
- спроможність персоналу до суміщення професій;
- бажання й наявність практики розповсюдження персоналом отриманого досвіду, знань;
- сприяння керівництва підприємства розвитку ініціативності й самостійності підлеглих.

Таблиця 1- Ранжування бізнес-процесів підприємства за різницею між індексом мінливості середовища і рівнем гнучкості процесу ПАТ «Харківський завод «Гідропривід»

Бізнес-процес	Інтегральний показник гнучкості бізнес-процесу	Мінливість внутрішнього середовища бізнес-процесу	Рівень мінливості середовища	Різниця між рівнем мінливості середовища і рівнем гнучкості процесу
Планування	0,011	0,619	0,691	0,681
Сервісне обслуговування реалізованих виробів	0,000	0,210	0,592	0,592
Планування технічної підготовки виробництва нової продукції	0,000	0,179	0,584	0,584
Оперативне планування і управління виробництвом продукції	0,000	0,179	0,584	0,584
Внутрізаводське переміщення вантажів	0,000	0,179	0,584	0,584
Фінансове планування	0,046	0,324	0,620	0,573
Обробка замовлень споживачів, виставлення рахунків клієнтам, висновок договорів	0,063	0,386	0,635	0,572
Фінансовий контроль	0,139	0,619	0,691	0,552
Інструментальне обслуговування виробництва	0,047	0,179	0,584	0,537
Розрахунок заробітної платні і негрошове стимулювання персоналу	0,092	0,324	0,620	0,527
Розрахунок собівартості виробів і визначення ціни	0,194	0,619	0,691	0,497
Контроль якості продукції	0,141	0,236	0,598	0,457
Інформаційне забезпечення (АСУ, ВЦ, забезпечення інформаційної безпеки)	0,138	0,206	0,591	0,453
Технологічна підготовка виробництва продукції	0,132	0,179	0,584	0,452
Виробництво продукції	0,462	0,179	0,584	0,122
Конструкторська підготовка виробництва	0,535	0,179	0,584	0,049

продукції				
Маркетингове планування	0,591	0,359	0,628	0,038
Оцінка і атестація персоналу	0,554	0,206	0,591	0,036
Організаційне проектування	0,587	0,316	0,617	0,031
Випробування і доробка нової продукції	0,556	0,179	0,584	0,028
Ремонт і технічне обслуговування устаткування	0,594	0,179	0,584	-0,010
Пошук клієнтів	0,611	0,206	0,591	-0,020
Адміністрування діяльності підприємства	0,641	0,316	0,617	-0,024
Розробка стратегії діяльності підприємства, ухвалення інвестиційних рішень	0,695	0,316	0,617	-0,078
Проектування нової продукції	0,741	0,179	0,584	-0,157

Отже, для підвищення рівня гнучкості бізнес-процесів керівництву підприємства слід приділити увагу розробці альтернативних методик виконання окремих бізнес-процесів, розробці більш гнучких планів для окремих видів діяльності, надати співробітникам більше повноважень щодо визначення способу виконання процесу, розвивати спроможність персоналу до суміщення професій, а також раціоналізувати інформаційне забезпечення бізнес-процесів.

Виявлені складові потенціалу, які потребують розвитку, а саме: мобільність технологічного обладнання; автоматизація обладнання; забезпеченість виробництва запасами; рівень кооперації виробництва; мобільність персоналу; гнучкість умов праці; прибутковість діяльності підприємства; фінансоозброєність у частині обсягів інвестицій; частка персоналу, залученого до інноваційної діяльності; наявність об'єктів інтелектуальної власності.

Підвищення потенціалу гнучкості підприємства шляхом посилення названих складових дозволить ПАТ «Харківський завод «Гідропривід» забезпечити можливості для всебічної адаптації до майбутніх змін середовища.

8 ІНТЕГРАЦІЙНІ ПРОЦЕСИ В СВІТІ ТА В УКРАЇНІ: СПІВПРАЦЯ З ЄВРОПЕЙСЬКИМ СОЮЗОМ, ЕКОНОМІКА, МЕНЕДЖМЕНТ

EFFECTS OF INDUSTRIAL RESTRUCTURING AT NATIONAL AND REGIONAL LEVEL IN EAST CENTRAL EUROPE

Dániel KUTTÓR¹, Ágnes HEGYI-KÉRI²

¹ *University of Miskolc, Hungary, kuttor.daniel@uni-miskolc.hu*

² *University of Miskolc, Hungary, hkagi@uni-miskolc.hu*

Market economy can be characterized by a constant structural change, i.e. some sectors shrink while others widen. These are short-term processes that are influenced by the technology and innovation, life cycles of sectors and the number of

people employed. Productivity of the processing industry has been increased significantly in the Visegrád countries between 2000 and 2007.

Productivity growth in Slovakia could be reached by those of certain sectors, development in technology and a boost in high-tech industry. Effects of the explaining factors of productivity growth in the Czech Republic were balanced naming reallocation of labour force and technological development. Changes in productivity were not followed by allocation of the labour force, it was not a pulling factor in Poland. Instead, increase in productivity was influenced by the productivity growth of certain sectors (98,24%) that were caused by technological changes. On the other hand, allocation of the labour force played the most crucial role regarding productivity growth in Hungary (7,16%). Labour force moved towards vehicle and machinery equipment production, participation decreased in electrical and chemical industries strongly. Advantageous labour force structural change could not compensate lower productivity growth and lack of technological expansion in comparison with the Visegrád Four. The unfavourable reallocation of the labour force among different sectors is to highlight the fact that need for labour force in the processing industries seems to increase slower in Hungary than in the other Visegrád Four countries. Productivity during industrial structural changes is influenced by a country's ability via the reallocation of labour force. In order to reach the intended growth track revitalisation of the labour force is necessary by strengthening social dimensions.

What regards the regional dimension it can be stated that industry shows outstanding significance in half of the regions (in eighteen) and has a characteristic role in ten more. In the Czech, Slovakian and Silesian regions with significant industrial traditions and capacities, where it was possible to modernise the production structure via the appearance of foreign direct investment in the second half of the transition period, the industry continues to have an outstanding significance. The capital regions having a dominance of the tertiary sector differ substantially from this, and so do the eastern regions in Poland and the southern regions in Hungary with their agricultural characteristics.

УДК 332.8

М.А.Головчанська, аспірант, Автомобільно-дорожній інститут ДВНЗ «ДонНТУ», Горлівка

ПОРІВНЯЛЬНИЙ АНАЛІЗ ЗАБЕЗПЕЧЕНОСТІ НАСЕЛЕННЯ ЖИТЛОМ ТА КОМУНАЛЬНИМИ ПОСЛУГАМИ В УКРАЇНІ ТА КРАЇНАХ ЄС

Наявність житла належної якості є одним з вагомих показників соціально-економічного розвитку країни. Задоволення першочергових потреб населення сприяє підвищенню ефективності праці, впливає на демографічну ситуацію, тощо. Рівень забезпеченості населення житлом та комунальними послугами

дозволяє визначити перспективи розвитку країни для її наявних та потенційних партнерів, що набуває особливої актуальності в умовах інтеграційної спрямованості України до Європейського Союзу.

Питання, присвячені розвитку житлового будівництва в Україні та покращення якості житлових умов населення розглядаються в працях науковців Ю.М. Манцевича, Г.В. Разумової, Т.М.Завори. Однак проблема комплексного дослідження житлових умов в Україні в порівнянні з ЄС та іншими країнами залишається актуальною.

Метою дослідження є аналіз забезпеченості населення України та країн ЄС житлом та послугами з його утримання та обґрунтування можливості вступу України в ЄС в теперішніх умовах.

Протягом 2005-2010 років доля житлового фонду на 1 людину в Україні збільшилась з 22 до 23,3 м². Однак тенденцію важко назвати позитивною, оскільки зростання показника зумовлене не лише зростанням обсягів житлового будівництва в країні, а й зменшенням чисельності населення.

Порівняльна характеристика показників України та частково країн ЄС-27 представлена на рис. 1.

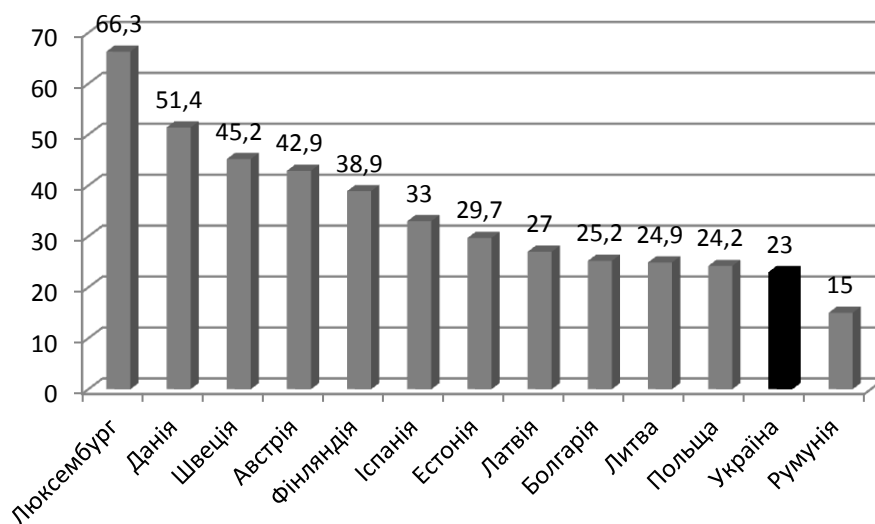


Рисунок 1– Житловий фонд на 1 людину в м² в Україні та деяких країнах ЄС-27 в 2009 році (складено на основі [1;2])

В країнах Євросоюзу існують доволі великі розбіжності між мінімальною та максимальною забезпеченістю житлом на 1 людину. Країни, що нещодавно стали членами ЄС, мають значно нижчі показники, ніж їх попередники.

Наявність житла не дає гарантії його якості, тому необхідно розглянути показники забезпеченості населення послугами з утримання житла. Для порівняльного аналізу щодо України та країн ЄС використано дані про наявність центрального опалення, гарячого водопостачання, каналізації та ванни/душу (табл. 1).

Таблиця 1- Забезпеченість населення України та частково країн ЄС-27 послугами з утримання житла у 2008-2009 рр (складено на основі [1;3])

Країна	Наявність, %			
	центрального опалення	каналізації	гарячого водопостачання	ванни/душу
1	2	3	4	5
Австрія	92	98,7	-	99,3
Бельгія	83,1	99,4	-	99,1
Данія	98	100	-	99,3
Фінляндія	93,4	99,2	97,1	99
Латвія	61,2	83,4	61,6	81,8
Литва	73,5	82,8	61,6	84,1

1	2	3	4	5
Люксембург	72,8	99,2	99,7	99,8
Нідерланди	94	100	100	100
Польща	78	95,2	-	94,4
Румунія	51,9	57,5	57,2	58,8
Іспанія	63,8	100	99,5	100
Швеція	100	100	100	99,5
Україна	60,8	56,6	42,3	53,2

Забезпеченість послугами з утримання житла в Україні, порівняно з зазначеними країнами ЄС низькою. Це, насамперед, пов'язано зі значною різницею в забезпеченості в містах та сільській місцевості. Показники забезпеченості комунальними послугами в Україні мають позитивну тенденцію: з 2000 по 2010 рр середній темп приросту для міських поселень складає 3,8%, у сільській місцевості - 81% [1].

Таким чином, рівень забезпеченості населення житлом та комунальними послугами в Україні нижчий, ніж в країнах Євросоюзу, не дивлячись на певні позитивні тенденції, що спостерігаються в останні роки. Низький рівень аналізованих показників може знизити шанси вступу України до складу ЄС в близькому майбутньому.

Література. 1. Житловий фонд України [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://ukrstat.org/operativ/operativ2007/zf/zf_r/2006_r.htm. 2. Housing statistics in the European Union 2010 [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://abonneren.rijksoverheid.nl/media/dirs/436/data/housing_statistics_in_the_european_union_2010.pdf. 3. Housing Europe Review 2012. The nuts and bolts of European social housing systems [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://www.housingeurope.eu/www.housingeurope.eu/uploads/file_/HER%202012%20EN%20web2_1.pdf

Н. П.Горидько, эксперт консалтинговой компании «Клевер-Пойнт»,
Москва

Р. М.Нижегородцев, д.э.н., зав. лабораторией ИПУ РАН, Москва

ОСНОВНЫЕ УРАВНЕНИЯ МАКРОЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДИНАМИКИ: ОПЫТ РЕГРЕССИОННОГО МОДЕЛИРОВАНИЯ (на примере современной экономики Латвии)

Для анализа экономической динамики современных макросистем и прогнозирования траекторий и сценариев их дальнейшего развития огромное значение имеет регрессионное моделирование важнейших уравнений динамики, в частности, функций сбережения и потребления в краткосрочных и долгосрочных периодах; функции распределения ВВП, из которой вычисляются средние склонности к потреблению и сбережению; функций, реализующих кривые IS, LM и BP; функций, составляющих агрегаты совокупного спроса; функции, описывающей закон Оукена, и других. Среди этих важнейших уравнений достойное место занимают краткосрочные и долгосрочные кривые Филлипса, позволяющие, в частности, судить о динамике кривой совокупного предложения за исследуемый период и делать прогнозы ее дальнейшего поведения.

Для построения долгосрочной кривой Филлипса для экономики Латвии мы воспользовались динамическими рядами годовых данных об инфляции (P) и уровне безработицы (U) с 1996 по 2010 гг. На рис. 1 построена зависимость инфляции от уровня безработицы за исследуемый период.

Судя по графику, можно предположить существование линейной и гиперболической зависимости. Сначала построим классическую линейную модель:

$$P = -0,695 \cdot U + 13,344.$$

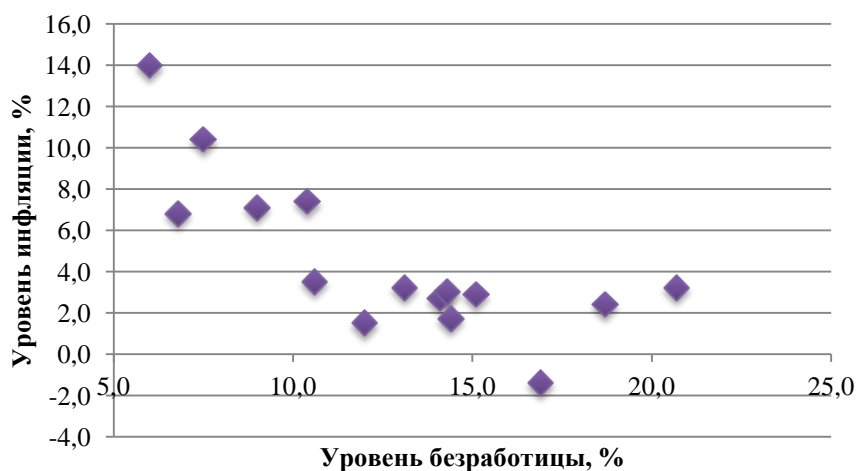


Рис. 1- Зависимость между инфляцией и уровнем безработицы в Латвии за период с 1996 по 2010 гг.

Она имеет хорошие объясняющие характеристики: $R^2=0,59$, F- критерий значим ($F_{кр}=4,667$) и коэффициенты регрессии значимы на уровне значимости 1%. Исходя из функции, при полной занятости инфляция в Латвии составляла бы 13,344%, а уровень безработицы, не увеличивающий инфляцию, составляет 19,2016%. Но эти данные немного отличаются от реальной ситуации, что ещё раз подтверждает несовершенство линейной аппроксимации для данного динамического ряда.

Следующая модель – гиперболическая:

$$P = 96,713 / U - 4,117.$$

Основные её характеристики свидетельствуют о гораздо более высокой объясняющей способности по сравнению с линейной моделью: коэффициент детерминации 0,766, F-критерий значим, Р-Значения для коэффициентов регрессии не больше 0,02, стандартная ошибка аппроксимации меньше по сравнению с предыдущей моделью.

Теперь попробуем добиться ещё более высокой объясняющей способности, построив квадратичную модель. Она выглядит следующим образом:

$$P = 0,093*U^2 - 3,094*U + 27,241.$$

Действительно, её параметры позволяют говорить о ней как наиболее приемлемой для описания зависимости между инфляцией и безработицей в Латвии в исследуемом периоде: $R^2=0,804$, F-критерий значим ($F_{кр}=3,885$) и параметры регрессии значимы на уровне значимости 1%.

Эта модель позволяет предположить, что при полной занятости инфляция в Латвии составит 27,241%. Но уровня безработицы, не снижающего инфляцию, судя по линии тренда, представленной на рис. 2, быть не может. Это ещё раз заставляет нас сомневаться в объективности линейной модели и ценности рассчитанного по ней показателя NAIRU.

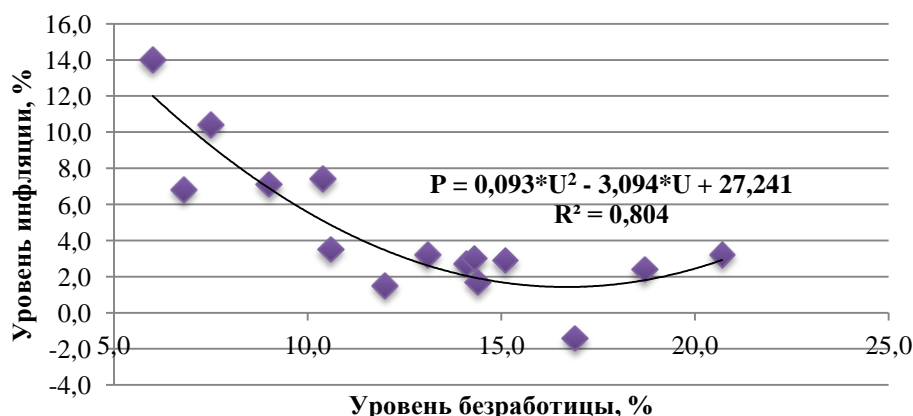


Рис. 2- Квадратичный тренд для зависимости между инфляцией и уровнем безработицы в Латвии за период с 1996 по 2010 гг.

Фактическое значение уровня инфляции, равное -1,4% за один год из рассматриваемого промежутка, в данном случае ничего не доказывает, поскольку лежит в пределах погрешности наблюдения с учетом других значений тех же динамических рядов, связь между которыми описана адекватным и значимым трендом.

Возможно, некоторых уточнений на этом пути можно добиться, рассматривая лаговые переменные, при условии, что будет доказано наличие статистически значимой связи между ними.

УДК 332.142.6(477):330.131.7:061

В.Ф.Грищенко, к.е.н., Сумський державний університет, Суми

І.В.Грищенко, аспірантка, Сумський державний університет, Суми

МІЖНАРОДНІ АСПЕКТИ ПРОЯВУ ЕКОЛОГО-ЕКОНОМІЧНИХ ЗАГРОЗ В УКРАЇНІ

Актуальність дослідження обумовлена тим, що останнім часом проблема визначення взаємозв'язку між станом довкілля та регіональною безпекою є предметом досліджень фахівців у галузі економіки, екології та міжнародної політики, які досліджують конкретні аспекти економічної та екологічної безпеки регіонів та концентрують свою увагу на виявленні взаємозв'язку між погіршенням стану навколишнього природного середовища та виникненням економічних конфліктів на регіональному рівні.

У сучасних умовах господарювання спостерігається інтенсифікація взаємозв'язків між екологічною та соціально-економічною підсистемами регіону. В зв'язку з цим виникає об'єктивна необхідність побудови стратегії регіонального розвитку виходячи з порівняння стійкості екологічної підсистеми до антропогенного навантаження та величини такого навантаження.

Важливі для України проблеми, пов'язані із взаємозв'язком між економічним зростанням та станом довкілля визначені у «Концепції національної екологічної політики України на період до 2020 року» [7]. У відповідності до затверджених Верховною Радою України «Основних напрямів державної політики України у галузі охорони довкілля, використання природних ресурсів та забезпечення екологічної безпеки» [5] сучасну екологічну ситуацію в Україні визнано кризовою та окреслено основні напрями її поліпшення. Існуюча ситуація ускладнюється тим, що за свідченнями експертів Міжнародного центру перспективних досліджень [1, с. 47-50] «...розширення ЄС – це красивий дипломатичний термін, який не відповідає дійсності та приховує зовсім інший процес... Усі дії ЄС вказують на те, що реальний порядок денний ЄС щодо України спрямований на підтримання стану, коли Україна балансує на межі між Росією та ЄС. З одного боку ЄС дає Україні зрозуміти, що не розглядає її як потенційного члена ЄС, а з другого повторює мантру про «відкриті двері»... Росія ж розглядає Україну як зону

своїх геополітичних інтересів. Її тверда позиція та силове поле відокремлюють Україну від решти європейського світу краще за залізну завісу... Опоненти європейської інтеграції в Україні говорять про реалізацію «турецького» сценарію – створення буферної зони. У технічних термінах «буферна» означає, що країна не є частиною інтеграційного утворення, проте асоціюється з ним. Утім жодна країна не може довго перебувати у буферній зоні... Згодом буферна зона сама перетворюється на джерело небезпеки – це міна уповільненої дії... Доказ цього – ситуація з Єгиптом та іншими північно-африканськими країнами».

Темпи, розмах та глибина втручання людини у природні процеси за останні півстоліття значно підвищилися. Враховуючи складність природних екосистем та велику кількість напрямів антропогенного впливу на довкілля практично неможливо чітко визначити гранично допустимі межі деформації екосистем. Аналіз екологічних досліджень, проведених експертами UNDP, OSCE, Canadian International Development Agency, UNEP/GRID-Arendal, ENVSEC [2; 3; 4; 6] дозволяє стверджувати, що важливі для України проблеми, які пов'язані із взаємозв'язком між економічним зростанням та станом довкілля. Сучасну екологічну ситуацію в Україні визнано кризовою.

Не дивлячись на те, що повністю уникнути прояву еколого-економічних загроз неможливо, грамотно розроблена стратегія протидії може мінімізувати вірогідність їх перетворення в еколого-економічну небезпеку. Така стратегія повинна бути спрямована на «перемогу без боротьби», а не у результаті ліквідації наслідків прояву еколого-економічних небезпек. Необхідно відзначити, що нерідко саме неординарні підходи до вирішення еколого-економічних проблем ведуть до перемоги найкоротшим шляхом. Лише ухвалення нестандартних рішень дозволить Україні ефективно протидіяти еколого-економічним загрозам та небезпекам у ринкових умовах господарювання.

Список літератури: 1. Грановський В. Нова зовнішня політика: Україна має план / В. Грановський, В. Нанівська // Перспективні дослідження. – 2011. – № 1–2. – 75 с. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.icps.com.ua/files/articles/64/14/NFU_Ukr_for_site_new.pdf. 2. Изменение климата в Восточной Европе: Беларусь, Молдова, Украина / [Л. Николаева, Н. Денисов, В. Новиков]. – Брессон: “Graphi 4”; Zoï Environmental Network, 2011.–59 с. 3. Огляд результативності природоохоронної діяльності. Україна. Другий огляд. ECE/CEP/133 [К. Массон, О. Дзюбинський, Ю. Хірвонен та ін.]. – Нью-Йорк, Женева: ООН, 2007. – 223 с. 4. Окружающая среда и безопасность: трансформация рисков в сотрудничество / [Лунджи де Мартино, Анника Карлссон, Джанлука Рамполла и др.]. – ЮНЕП, ПРООН, ОБСЕ, НАТО, 2005. – 59 с. 5. Постанова Верховної Ради України від 05.03.1998 р. № 188/98-ВР «Про основні напрями державної політики України у галузі охорони довкілля, використання природних ресурсів та забезпечення екологічної безпеки» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon1.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=188%2F98-%E2%F0&p=1290941518787903>. 6. Программа обзоров результативности экологической деятельности: третий цикл обзоров. ECE/CEP/S/2011/3//«Окружающая среда для Европы»: Материалы Седьмой конференции министров 21-23 сентября 2011 года, г. Астана, Казахстан / Комитет по экологической политике Европейской экономической комиссии. – Женева:

ООН, 2011. –19с. 7. Розпорядження Кабінету Міністрів України від 17.10.2007 р. № 880-р. «Про схвалення Концепції національної екологічної політики України на період до 2020 року» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon1.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=880-2007-%F0&p=1290941518787903>

УДК 655.531.4

Д.Коциски, д.э.н., проф., декан Мишкольцського університета, Венгрия
Д.Сакай, д.э.н., проф., зав.каф. Мишкольцського університета, Венгрия
Т.Н.Соколенко, канд.пед.наук, доцент Славянського пед. університета, Україна

ВОПРОСЫ ВНЕДРЕНИЯ СЕРТИФИКАЦИИ МЕЖДУНАРОДНЫХ СТАНДАРТОВ КАЧЕСТВА

Конкурентоспособность производственного предприятия на отечественном и мировом рынке напрямую связана с себестоимостью и качеством выпускаемой продукции. Но добиться стабильно высокого качества можно лишь при внедрении такой системы управления предприятием, которая практически исключает выпуск некачественной продукции.

Сертификация – важный фактор обеспечения доверия при взаимных поставках продукции, а также решения крупных социальных задач, гарантии безопасности потребляемой (используемой) продукции, охраны здоровья и имущества граждан, защиты окружающей среды. Развитие сертификации в общем экономическом пространстве различных государств подразумевает взаимное признание ее результатов, которое может быть основано на гармонизации законодательной базы, использовании единых стандартов и взаимно признанных механизмов установления соответствия.

Применение предприятиями Венгрии и Украины сертификации продукции отношений дает следующие преимущества:

- увеличивает доверие внутренних и зарубежных потребителей к качеству продукции;
- облегчает и упрощает выбор необходимой продукции потребителям;
- обеспечивает получение объективной информации о качестве продукции;
- способствует более длительному успеху и защите в конкуренции с изготовителями несертифицированной продукции;
- уменьшает импорт продукции, аналогичной производимой в стране;
- предотвращает поступление в страну импортной продукции не соответствующего уровня качества;
- способствует улучшению качества научно-технической документации путем установления более прогрессивных требований;
- способствует повышению организационно-технического уровня производства;
- • стимулирует ускорение научно-технического прогресса.

Вся сертификационная деятельность осуществляется в соответствующей системе, обладающей собственными правилами и руководящими положениями. Наш потребитель недостаточно информирован о том, что сертификация бывает обязательная и добровольная, но он знает, что продукция сертифицирована – значит, качественна. Существует много различных схем сертификации продукции. С нашей точки зрения, одной из наиболее эффективных является схема, предусматривающая проверку состояния производства и анализ стабильности качества.

Завершающим этапом сертификационных испытаний на предприятии является приезд комиссии Госстандарта страны для проверки состояния производства. Основное внимание при этом уделяется организации контроля за качеством, который состоит из входного контроля сырья и комплектующих, операционного – по всей технологической цепочке, приемо-сдаточного контроля и отгрузки продукции потребителю, контролируют наличие сопроводительных документов, технического паспорта и инструкций по монтажу и эксплуатации данной продукции, если это предусмотрено нормативным документом. Выдавая сертификат соответствия, Госстандарт одновременно заключает с предприятием договор на проведение инспекционного контроля. Но не исключена и проверка внезапная, что не позволяет предприятию расслабиться после проведения процедур сертификации. Случай изъятия у фирм сертификата – случай редкий, так как руководители предприятий понимают, что это незамедлительно скажется на имидже фирмы и ее конкурентоспособности.

Страны Западной Европы в последние годы проводят единую политику в области качества, целью которой является достижение превосходства европейских товаров на мировом рынке. Отличительные особенности европейского подхода: создание законодательной базы для проведения всех работ, связанных с оценкой и подтверждением качества, гармонизация требований национальных стандартов, правил и процедур сертификации, развитие региональной инфраструктуры и сети национальных организаций, уполномоченных проводить работы по сертификации продукции и систем качества, аккредитации испытательных лабораторий и регистрации специалистов по качеству. Реализация указанных мероприятий позволяет защитить единый общеевропейский рынок от недоброкачественной продукции и случайных, ненадежных производителей. Обобщение прогрессивного мирового опыта позволило выработать принципы всеобщего управления качеством – концепции целенаправленного применения систем и методов управления качеством на всех этапах жизненного цикла продукции при участии всего персонала фирмы, рациональном использовании технических, экономических и других ресурсов и при лидирующей роли руководителей фирмы. Внедрение этого опыта является следующим шагом решения проблем сертификации в Венгрии и Украине.

V.Omelyanenko, Ph.D. student, Sumy State University, Sumy

ECONOMIC RESULTS OF INTERNATIONAL R&D COOPERATION

New knowledge and high technologies are being developed increasingly within international networks and cooperation. Cross-border exchange is constantly gaining importance. Nowadays, it is impossible for a country to progress in science and technology on its own. Most of the grand challenges the world society faces today are global in nature. Climate change, ageing societies, and the scarcity of natural resources are a few to mention.

Cross-border cooperation and the flow of knowledge is an essential condition for supporting large-scale innovation and research projects not only among EU Member States but also between the EU and global regions.

The pioneers of R&D internationalization are high-tech companies operating in small markets and with little R&D resources in their home country, as it is the case for ABB, Novartis and Hoffmann-La Roche (Switzerland), Philips (Netherlands) or Ericsson (Sweden), Dutch and Belgian companies carried out more than 50% of their R&D outside their home.

The share of foreign affiliates in total R&D performed by higher (up to 10% on average for the OECD, and ranges from 5% in Japan to 70% in Hungary), the share of foreign funds in the financing of integrated circuits (more than 15% in Canada, Great Britain, Spain, Austria, and almost 25% in Greece), strengthens the processes of internationalization in the patent area (3). It is estimated that about 20% of the total increase in the volume of R & D in the U.S. in the period 1996-2001 accounted for by foreign laboratories. With the development of processes of internationalization of production is much of the technology produced by a country becomes the property of non-residents with an average 14.3% of all inventions that are registered in the OECD in 1999-2000., owned to foreigners compared to 10.7% in 1991-1992.

Project EUREKA is one example of the most effective examples of joint efforts of various countries for the development of promising areas. Its aims is to implement competitive in the global market R&D non-military purpose in the following areas: inf – information technologies; com – communications; ene – energy; bio - medicine and biotechnology; tra – transport; mat – new materials; rob – automation; las – lasers; env – ecology. EUREKA is a mean to realise the European Research Area, in line with both national and international policy objectives.

Project`s impact assessment shows four statistically significant effects:

- collaboration with foreign partners can play an important role in the innovation process by allowing firms to gain access to a broader pool of resources and knowledge at lower cost and to share the risks. It can take a variety of forms and levels of interaction ranging from simple one-way information flows to highly interactive and formal arrangements;
- collaboration rates vary widely across countries. In some, collaboration

mainly involves national partners (e.g. Korea, China, Australia, Chile), but in most there is a greater balance between national and foreign partners. In some countries firms are strongly oriented towards international collaboration (e.g. Luxembourg, the Slovak Republic, Finland and Switzerland);

- size is a strong determinant of foreign collaboration: large firms have a much higher propensity to collaborate internationally than SMEs (usually twice to three times as much), but in Australia, the United Kingdom and Israel the gap is narrower. In Korea, Brazil, China and Spain, which have relatively low international collaboration rates, there is almost no participation by SMEs;

- among European firms, intra-European collaboration remains the predominant form of cross-country co-operation on innovation. In terms of collaboration outside Europe, European firms tend to partner mainly with US firms, although collaboration with firms in China and India is significant in Sweden, Finland and Belgium.

Modern system of international innovation cooperation has next outcomes:

- international cooperation offers many benefits for partners and it is the key to addressing mega-challenges;
- cooperation has to be based upon mutual trust, interest, and benefit;
- effective cooperation involves many challenges;
- there are examples of successful major new programs;
- fast-growing East Asian economies are still dependent on global scientific cooperation and knowledge acquisition.

Science and research make key contributions to efforts to deal with major global challenges. For that reason, and because international ties in many different areas of society are developing by leaps and bounds, the importance of international co-operation in science and research continues to grow.

E.g., German's internationalization R&D strategy's priority aims are follows:

1. Reinforcing research co-operation with the world's best;
2. Developing innovation potential internationally;
3. Strengthening education and R&D co-operation with developing countries, in lasting ways;
4. Taking on international responsibility, and tackling global challenges.

These aims are being complemented by three cross-cutting measures, with the international presence, international monitoring and advertising attractiveness as a location for studies, research and innovation

Knowledge creation processes of technology based companies have become increasingly global, yet remain limited to a relatively small number of countries in the world. Technology-based companies strive to locate their R&D activities at centers of technological excellence, i.e., regions characterized by a high rate of new technology output. This trend is further intensified by a scarcity of resources at home.

Increasingly, economic globalization, in combination with the aforementioned challenges, is necessitating global action, multinational R&D co-operation accelerates the dissemination and effectiveness of research findings strongly suggest that greater emphasis needs to be placed on multilateral R&D co-operation.

К.В. Савченко, магістр, НТУ «ХПІ», Харків

ВИЗНАЧЕННЯ ОСНОВНИХ НАПРЯМКІВ ІНТЕРНАЦІОНАЛІЗАЦІЇ УЧБОВОГО ПРОЦЕСУ

Формування інтеграційних процесів характеризує: ріст і ємність інформаційних ринків у всесвітньому масштабі значно перевищує товарні ринки, комп'ютерні мережі стають загальними фінансово-інформаційними комунікаціями, ростуть нематеріальні активи підприємств і як наслідок підвищується роль інтелектуального капіталу організації, найважливішою рисою стає надзвичайно висока питома вага НДДКР у загальній структурі витрат на виробництво, розвиток стратегії, що включає регулярний інформаційний обмін і культуру навчання у всіх підприємствах, мобільність трудових ресурсів Європейського економічного простору. У той же час вони змінюють свою направленість з продуктової складової на міграційну складову робочої сили.

Приєднання сучасної української бізнес-освіти до Європейського освітнього простору призводить до необхідності враховувати зазначені вище тенденції розвитку інтеграційних процесів.

На нашу думку, інтернаціоналізація освіти, яка відбувається останнім часом має наступні завдання:

- розширення учбових планів і навчання своїх студентів в закордонних ВНЗ;
- залучення іноземних студентів на платне навчання, що сприяє притоку грошових надходжень та розширенню крос – культурних комунікацій;
- створення регіональних мереж серед ВНЗ для найбільш ефективного використання своїх ресурсів;
- підвищення якості освіти;
- розширення дослідницьких проектів, як наслідок участь студентів та викладачів в міжнародному процесі обміну знаннями.

У науковій літературі визначається, що мобільність викладацького складу ще не так добре досліджена, як мобільність студентів, але безумовно є дуже значною складовою інтернаціоналізації вищої освіти. Так за даними ЮНЕСКО рівень міжнародної мобільності студентів виріс за останні 25 років на 300%. На думку експертів до 2010 року кількість студентів, яка навчається за кордоном буде складати 2.8 мільйона, а до 2025 року 4.9 мільйонів.

У той же час, саме, різниця у національних системах вищої освіти може стати справжньою перешкодою економічній глобалізації. У свою чергу інформаційна економіка потребує розширення специфічних вимог до майбутніх випускників університетів. Так, поряд із професійними компетенціями, потрібні специфічні навички, такі як комунікація, відповідальність, вміння працювати в команді, адаптованість.

Академічна мобільність студентів щонайкраще допомагає їм розвивати такі необхідні якості як уміння вибирати шляхи взаємодії з оточуючим світом, здібність мислити у порівняльному аспекті, здібність до міжкультурної комунікації, дуже важлива, на наш погляд, здібність визнавати недостатність особистих знань, що в свою чергу, буде сприяти підвищенню мотивації навчання, здатність змінювати самосприйняття, можливість вивчати різні організаційні культури та адаптуватися до них.

Слід зазначити, що більшість сучасних університетів впевнено інтегруються в міжнародну діяльність. Їх успіх стає запорукою успішних змін у глобальному економічному просторі.

Сучасні інформаційні технології, швидкий розвиток дистанційного навчання зробили національні кордони прозорими для освітніх послуг. Сформувався єдиний світовий освітній ринок, де ВНЗ самих різних країн пропонують свої продукти та послуги усім студентам одразу, не обмежуючи себе національними кордонами. Роботодавці у більшості країн Європи при прийомі на роботу випускників ВНЗ звертають увагу на досвід навчання, проживання та праці за кордоном, оскільки це свідчить про адаптивні можливості кандидатів, широту їхнього кругозору, навички та вміння спілкуватися з представниками різних культур, тобто інтернаціоналізація вищої освіти безпосередньо приводить до мобільності викладачів та студентів.

Оновлення знань проходить надзвичайно швидко, знання, які отримали студенти на момент закінчення навчання можуть бути вже застарілими. Тобто виникає необхідність у навчанні протягом усього життя.

Мобільність студентів стимулюється різними державними, регіональними і міжнародними програмами, але слід відрізняти мобільність міжнародну та регіональну. Міжнародний студентський обмін слід розглядати як один з основних засобів розвитку загальноєвропейського ринку спеціалістів і кваліфікованих працівників, які будуть працювати у нових ринкових умовах.

У свою чергу, співробітництво з європейськими країнами вимагає спеціалізованих знань, професійного підходу і значних наукових досліджень.

Спробуємо визначити можливі кроки з організації мобільності: у організаційно-функціональній структурі університету необхідна наявність міжнародного офісу та бюро для організації обміну студентами та викладачами; створення банку даних про світові, європейські та національні університети, їх учбові матеріали; розробка Web-платформ, які б допомагали студентам та викладачам у пошуку партнерів з реалізації проектів E-mobility, створення умов з практичної реалізації програм мобільності.

Також учбові заклади можуть укладати певні домовленості про співробітництво, які будуть відноситися до різних аспектів викладання та навчання. У деяких випадках ці зв'язки переростають у консорціуми та освітні мережі. Закордонний досвід у вирішенні цієї проблеми буде безперечно доречним. Так, "Глобальний альянс транснаціональної освіти" (GATE), до складу якого входять бізнес організації, ВНЗ, державні структури, що

займаються питаннями забезпечення якості, акредитації, сертифікації освітніх програм, передбачає різні варіанти міжуніверситетських домовленостей.

Таким чином, дослідивши існуючий досвід, можемо запропонувати наступні можливі кроки з практичної організації мобільності:

- створення міжнародного офісу та бюро для організації обміну студентами і викладачами;
- розробка банку даних про світові, європейські та національні університети, їх програми навчання, можливість отримання певного навчального курсу;
- впровадження Web-сторінок, які б відображали хід процесів, що відбуваються у створених європейських та вітчизняних консорціумах;
- розвиток необхідної системи кураторства, яка б допомагала студентам та викладачам у практичній реалізації їх потреб щодо різних форм мобільності;
- створення студентських служб для адаптації студентів у нове навчальне та культурне середовище.

З розвитком процесів інтернаціоналізації та глобалізації економіки і бізнесу перед вищими навчальними закладами (ВНЗ) постають нові цілі, які спрямовані на підготовку професійних кадрів, що будуть працювати в умовах постійних змін.

УДК:336.1:35.072.2

Ю.В.Табенська, старший викладач Чернівецького торговельно-економічного інституту КНТЕУ, Чернівці

РОЗВИТОК НАЦІОНАЛЬНОЇ СИСТЕМИ ДЕРЖАВНОГО ФІНАНСОВОГО КОНТРОЛЮ В РАМКАХ МІЖНАРОДНОГО СПІВРОБІТНИЦТВА

Україна в умовах глобалізації суспільних процесів прагне стати кандидатом щодо вступу до Європейського Союзу і наразі дотримується курсу на всебічне входження у політичний, правовий та економічний простір європейської спільноти. Зрозумілим є той факт, що інтеграція України до ЄС вимагає виконання певних умов щодо системи державного фінансового контролю, оскільки кожна країна, яка намагається стати членом Об'єднаної Європи, повинна провести оцінку своєї національної системи та адаптувати цю систему до вимог ЄС. Європейські вимоги до фінансового контролю передбачають:

- 1) формування системи внутрішнього державного фінансового контролю, яка включає фінансове управління та контроль;
- 2) внутрішній аудит;
- 3) гармонізація процесів на центральному рівні;

4) створення єдиної системи зовнішнього незалежного фінансового контролю як на центральному, так і на місцевому рівнях у частині коштів державного бюджету, місцевих бюджетів і трансфертів [1].

Економічні тенденції національної економіки засвідчують необхідність подальшого удосконалення як фінансово-бюджетної політики в цілому, так і формування сучасних механізмів державного фінансового контролю зокрема. У цьому аспекті актуальним стало питання побудови в Україні ефективної системи державного внутрішнього фінансового контролю (далі – ДВФК). Тому, на підтримку реформ та з метою надання практичної допомоги Уряду України у формуванні передумов для запровадження ДВФК у 2007р. розпочато проект Twinning «Допомога ГоловКРУ в запровадженні нової системи ДВФК» (далі – проект Twinning), який реалізувався за контрактом між Представництвом Єврокомісії в Україні, Шведською національною адміністрацією з питань фінансового управління та ГоловКРУ.

Проект Twinning був реальною підтримкою урядових реформ у сфері ДВФК і стосувався усіх чотирьох ключових завдань, визначених Концепцією, зокрема:

1) налагодження внутрішнього контролю в органах державного і комунального секторів відповідно до міжнародних норм;

2) започаткування в державному і комунальному секторах нового виду діяльності – внутрішнього аудиту та народження нової професії – внутрішній аудитор;

3) забезпечення інституційної спроможності центрального підрозділу гармонізації, роль якого на період реформування виконує спеціально створений підрозділ фінансової інспекції;

4) модернізація Державної фінансової інспекції України.

Відмітимо, що на сьогоднішній день проект Twinning, окрім органів Державної фінансової інспекції України, впроваджується і в інших органах ДФК (табл.1.) [2].

Реформування системи ДВФК з урахуванням досвіду країн-кандидатів у члени ЄС передбачається провести протягом 11 років трьома етапами. Кінцевою метою реформування є запровадження в органах державного та комунального секторів принципово нової моделі ДВФК, що базується на відповідальності і підзвітності керівника та відповідає кращій європейській практиці.

Отже, підбиваючи підсумки, можна сказати, що в процесі впровадження реформ в контексті розвитку національної системи державного фінансового контролю, доцільним було б визначення чіткої системи застосування найкращого закордонного досвіду, що може стати твердим підґрунтям для подальшої співпраці на міжнародному рівні.

Таблиця 1- Статус проектів Twinning в робочому плані (станом на 2.2011)

Назва органу-бенефіціару	Назва проекту
<i>Проекти, що завершилися</i>	
Державна фінансова інспекція України	"Допомога ДФІУ в запровадженні нової системи державного внутрішнього фінансового контролю"
<i>Проекти на стадії реалізації</i>	
Національний банк України	"Посилення потенціалу Національного банку України через наближення до стандартів Європейського Союзу щодо діяльності центральних банків"
Міністерство фінансів України	"Підтримка міністерства фінансів України у сфері управління державним боргом та бюджетного прогнозування"
<i>Проекти на стадії підготовки технічних завдань для рамкових експертів (TOR)</i>	
Рахункова палата України	"Забезпечення функціонування Вищого органу фінансового контролю України, відповідно до міжнародних та європейських стандартів зовнішнього аудиту"
<i>Проекти на стадії ідентифікації (погоджені)</i>	
Державна фінансова інспекція України	"Допомога у розвитку функції боротьби з шахрайством у сфері державних фінансів"
Державна митна служба України	"Підтримка Державної митної служби у розвитку пост-аудит контролю"

Список використаної літератури: 1. Іванова І.М. Реформування системи державного фінансового контролю. // Фінанси України. – 2005. – № 6 – С. 145-150. 2. Офіційний сайт проекту ТВІННІНГ//[Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://twinning.com.ua>. 3. Шевченко Н.В. «Проблеми підвищення ефективності державного фінансового контролю в соціальній сфері» // [Електронний ресурс] – Режим доступу - http://www.nbu.gov.ua/portal/soc_gum/pprbsu/2010_29/10_29_36.pdf

9 СУЧАСНІ ІННОВАЦІЙНІ РІШЕННЯ В ЛОГІСТИЦІ

УДК 338.47:656

Ю.В.Пичугина, доцент, кандидат економічних наук, Одеський національний університет ім.І.І.Мечникова, Одеса

ЛОГИСТИЧЕСКИЕ ПРИНЦИПЫ ОРГАНИЗАЦИИ ЭФФЕКТИВНОГО ТРАНСПОРТНОГО ЭКСПЕДИРОВАНИЯ ГРУЗОВ

Одним из важных направлений современной транспортной политики становится внедрение прогрессивных технологий перевозок, которые

основываются на логистических принципах. Такие технологии дают возможность ускорить транспортирование грузов, повысить качество обслуживания потребителей, сократить количество складированных товаров на предприятиях, гибко реагировать на изменения рыночных условий, экономить 20-30 % транспортных затрат при внешнеторговых перевозках.

Транспортная логистика определяет возможности освоения грузопотока с минимальными затратами, рассматривая все обстоятельства во взаимозависимости: свойства груза, вид тары, укрупнение грузовых мест и создания грузового модуля, пропускная способность перегрузочных баз (терминалов) и складов, провозную возможность транспортных путей, информационные потоки, маркетинговые услуги в организации грузопотоков, безопасность труда, охрану окружающей среды, материальных ценностей, страхование и др. Практическое выражение работы экспедитора на логистических принципах состоит в применении технологий доставки грузов «от двери до двери», «точно в срок», гарантированной подаче транспортных средств в определенный срок и т.п.

Стоит отметить, что современный уровень развития теории логистики в Украине, в т.ч. в сфере транспортно-экспедиторской деятельности, нуждается в определенной систематизации, унификации и нормализации понятийно-категориального аппарата. Серьезный шаг в этом научном направлении сделан отечественным профессором Е.В. Криковским, согласно которому исследования формирования общего определения логистики позволяет рассматривать ее в качестве науки об оптимальном управлении материальными, информационными и финансовыми потоками в экономически адаптивных системах с синергическими связями. Данное определение учитывает такие существенные отличия:

- во-первых, терминологическое толкование сосредоточено на конкретной системе, соответственно ограниченной, хоть и открытой, но способной адаптироваться к нарушениям во внешней среде;
- во-вторых, на основе теории логистики или без нее этот процесс функционально всегда является управлением с его функциями планирования, контроля и т.п.;
- в-третьих, определение основывается на эффекте синергической связи.

Транспортно-экспедиторский сервис в процессе распределения товаров в логистической цепи представляет собой деятельность экспедиторов, связанную с планированием, организацией и выполнением доставки товаров от места их производства до места потребления, а также дополнительные услуги при подготовке партий отправления к перевозке: оформление необходимой документации по перевозке; составление договоров на перевозку со специальными транспортными предприятиями; расчеты по грузоперевозкам; организация погрузочно-разгрузочных операций; хранение (расфасовка, упаковка, складирование); информация для участников перевозки; страхование; финансовые услуги; консолидация небольших отправок; упрощение таможенных процедур и пр.

Стоит отметить, что сейчас все говорит о стремительном развитии отрасли логистических услуг. В последние годы предприятия, принадлежащие к данной сфере, все чаще оказываются в центре внимания мирового экономического сообщества. Оборот рынка логистических услуг в мире составляет около EUR 500 млрд. Ежегодно объем логистического рынка в среднем увеличивается на 5-6 %.

Что касается Украины, то по оценке некоторых ученых на долю логистической составляющей в ВВП Украины приходится порядка 35 млрд.дол.США. Из которых: 32% составляют международные перевозки, 37% - внутренняя доставка, 26% - контрактная логистика, 5% - таможенно-брокерские услуги. Сам объем сегодняшнего логистического рынка Украины - цифра внушительная. Так, только контрактная логистика Украины, оцениваемая по прямой выручке предприятий, оказывающих транспортно-логистические услуги, составляет сегодня порядка \$11-12 млрд в год. Сегодня, по оценкам специалистов, удельный вес логистических затрат в себестоимости продукции в Украине достигает 40%.

Несмотря на возросший за последние пять лет интерес к логистике, отечественные инвесторы не спешат вкладывать деньги в эту отрасль. Из тридцати крупных логистических операторов, которые действуют сегодня на украинском рынке, украинских компаний около семи.

Среди основных препятствий, тормозящих развитие логистических услуг на Украине можно назвать следующие:

Во-первых, на рынке комплексной логистики представлено очень мало отечественных компаний.

Во-вторых, уровень подготовки менеджеров (специалистов) по логистике сегодня не отвечает требованиям рынка. Разрыв между практикой (запросами бизнес-среды) и наукой (предложением на рынке образовательных услуг, исследованиями в сфере логистики, разработкой методик для принятия решений и т.д.) сегодня очень ощутим. Поэтому крайне необходимым является создание солидного базиса для фундаментального образования профессионалов, которых сейчас не хватает в данном сегменте.

Тем не менее, не смотря на проблемы, которые тормозят процесс развития логистической системы в стране, рынок логистических услуг Украины, находящийся все еще в стадии становления, сегодня имеет большие перспективы для развития. Процессы глобализации, интеграции и кооперации, а также возрастающие запросы потребителей побуждают предприятия, которые хотят быть конкурентоспособными на рынке экспедиторских услуг, применять логистический подход к построению своего бизнеса.

10 ІННОВАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ УПРАВЛІННЯ БІЗНЕСОМ ТА ПІДПРИЄМНИЦТВО

УДК 658.1

О.О. Антонець, асистент, НТУ „ХПІ”, Харків

УРАХУВАННЯ СПЕЦИФІКИ МАЛИХ ПІДПРИЄМСТВ В ПРОЦЕСІ ВПРОВАДЖЕННЯ БЮДЖЕТУВАННЯ

Нині у малих підприємств посилюється потреба в раціональному плануванні бізнесу, особливо, в частині бюджету, ефективному контролі фінансових і товарних потоків, відстежуванні стану розрахунків з постачальниками і замовниками, аналізі і прогнозуванні показників фінансово-господарської діяльності. На сьогодні немає єдиної думки про роль бюджетування в розвитку підприємств і дослідження авторів, що стосуються цього питання, як правило, присвячені великим і середнім підприємствам. Стосовно малого бізнесу науковці розглядають бюджетування в основному як інструмент фінансового планування, елемент управлінського обліку.

З нашої точки зору, бюджетування на малому підприємстві повинно бути комплексним інструментом націленим на оптимізацію витрачання фінансових ресурсів підприємства. В процесі бюджетування має бути розроблена система взаємозв'язаних планів, обґрунтована маркетинговими прогнозами і створена загальна картина бізнес-процесів підприємства.

Особливості, які має постановка бюджетування на малих підприємствах, відображені в таблиці 1.

Таблиця 1 - Вплив особливостей малого бізнесу на систему бюджетування

особливості малого бізнесу	вони впливають на систему бюджетування
фінансові потоки і майно майже завжди розподілені між декількома юридичними особами і підприємцями без утворення юридичної особи	1. Підготовка консолідованої управлінської звітності представляє велику проблему: облікову політику офіційного бухгалтерського обліку у всіх господарюючих суб'єктах уніфікувати практично неможливо. А значить, доводиться вести паралельний облік для збору даних по виконання бюджетів або працювати з некоректними даними. 2. При кожній зміні юридичної структури доводиться коректувати систему збору факту з виконання бюджетів.
необхідність управлінського обліку усвідомлена, і він знаходиться в процесі становлення і розвитку. Типова стадія - постановка обліку товарно-матеріальних цінностей.	Бюджетування не може бути більш «просунутим», ніж облік. А облік розвивається і відкриває все нові можливості. Доводиться міняти бюджетування у міру розвитку обліку.
осіб розвитку - реалізація проектів. Раз на 1-2 роки запускається великий по мірках вже існуючого бізнесу проект, який істотно	Після початку експлуатаційної фази кожного крупного проекту доводиться багато що міняти в системі бюджетування.

змінює розклад сил і бізнес-процеси усередині компанії.	
нес у багатьох випадках має декілька напрямів, одні з яких відносно автономні, а інші утворюють коопераційні ланцюжки.	вартість системи бюджетування в розробці і експлуатації залежить не від масштабу (обороту), а від складності взаємозв'язків між частинами бізнесу. Нерідко буває, що масштаби бізнесу відносно невеликі, а вартість постановки бюджетування можна порівняти з витратами на крупне підприємство.
при малого бізнесу - це в основному люди дії	1. У такому колективі будь-які формальні процедури приживаються у край складно. 2. Переконавання, що «спланувати нічого неможливо», дуже живуче.

У пропонованій методиці процес постановки бюджету складається з трьох етапів:

1 етап. Розробка «каркаса» системи: класифікаторів, первинного варіанту набору форм і їх логічної ув'язки. Класифікатори, що необхідні і достатні для цілей бюджетування на більшості малих підприємств можна завжди звести до п'яти: «Продукція і послуги», «Фінансова структура», «Активи і пасиви», «Інвестиційні проекти», «Доходи і витрати».

Далі визначається горизонт і період планування та форми бюджетів.

Форми бюджетів доцільно розбити на дві групи: робочі і звітні. Робочі - це ті, куди відповідальні особи вводять дані при плануванні. Звітні - це ті, куди дивиться вищестояще керівництво. Робочі форми вищих рівнів управління можуть містити звітні показники підлеглих підрозділів.

В якості робочих форм на малому підприємстві можна використати наступні: «продажі», «витрати», «зміна залишків (товарообіг)», «замовлення».

Звітних форм традиційно три: прибутки-збитки, рух грошових коштів і баланс. Число форм може бути дуже різним, залежно від кількості структурних підрозділів і взаємозв'язків між ними: від десятка до півтора сотень.

Логіка взаємозв'язків між формами визначає взаємний вплив показників в різних формах і послідовність їх заповнення та встановлюється за допомогою таблиці, де в рядках розташовані підрозділи, а в стовпцях - етапи (стадії) планування. У клітках на перетині розташовано форми бюджетів, а стрілками продемонстровано взаємний вплив показників, що входять у відповідні форми.

2 етап. На цьому етапі відбувається розробка методик планування за кожним показником, формування фінансової моделі підприємства, регламенту підготовки бюджетів і збору фактичних даних. Ключові питання, які належить вирішити на другому етапі:

- глибина (деталізація) планування;
- принципи формування планової величини по кожному показнику можуть бути наступними: за основу береться фактична величина за попередні роки; встановлюється нормативи; задаються цільові значення;
- вибір принципів організації електронних таблиць - для більшості малих підприємств саме Excel на етапі експлуатації системи бюджетів є оптимальним варіантом, оскільки стандартні програми бюджетування не підходять під

нестандартну структуру бізнесу, а програма, що створена за індивідуальним замовленням достатньо витратна.

3 етап складається із послідовного заповнення всіх форм на наступний місяць реальними даними, формування звітних бюджетів, їх затвердження і виконання, збір факту, аналіз відхилень. Мета - виявити недоліки: невірні зв'язки і формули, недостовірні норми, незручні таблиці.

Комплексне впровадження і застосування бюджетування не лише підвищить якість управління підприємствами малого бізнесу, але і дозволить їм оптимально використати можливості і перспективи, що відкриваються в зовнішньому середовищі, а також забезпечить ефективне використання внутрішніх ресурсів.

УДК 658+338

Т.О.Віткова, асистент, Донбаський державний технічний університет

ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ТА ЯКОСТІ УПРАВЛІННЯ ДІЯЛЬНІСТЮ ЕКОНОМІЧНИХ ОБ'ЄКТІВ - ОСНОВНИЙ РЕСУРС НОВОЇ ЕКОНОМІКИ

На функціонування сучасних економічних об'єктів – суб'єктів господарювання, працюючих в умовах нової економіки, надає негативний вплив фінансово-економічна криза. В кризовій ситуації для суб'єкта господарювання максимально важливо переосмислити зміни, які відбуваються навколо, оцінити негативні фактори, знайти свої сильні сторони, побачити нові можливості і трансформувати їх для створення потенціалу розвитку ефективної діяльності. Інновації являються найважливішим фактором забезпечення конкурентоспроможності продукції. Активізація управління інноваційною діяльністю економічних об'єктів – суб'єктів господарювання в кризових умовах з метою підвищення ефективності та якості управління, забезпечує конкурентні переваги підприємств. Досягнення цієї мети можливо з використанням нових підходів, моделей, інструментів для адекватної активізації системного управління діяльністю економічних об'єктів.

Поняття економічної ефективності (economic efficiency) деякої економічної підсистеми спирається на врахування платоспроможного попиту, що пред'являється тим чи іншим ринком відповідно до корисного результату діяльності (продукції) даної системи, і пов'язані з цим попитом рівноважні (ринкові) ціни. До показників економічної ефективності відносять зазвичай прибуток, додану вартість, питомі витрати на одиницю вартості реалізації продукції і т.п. Ефективність є характеристика процесів і впливів суть управління характеру, що відображає, перш за все, ступінь досягнення переслідуваних цілей, тому ефективністю володіє лише цілеспрямована взаємодія. Під ефективністю розуміють:

- певний конкретний результат (ефективність дії чого-небудь);
- відповідність результату або процесу максимально можливому, ідеальному чи плановому;
- функціональне різноманіття систем;
- числову характеристику задовільності функціонування;
- ймовірність виконання цільових установок і функцій;
- відношення реального ефекту до необхідного (нормативного) ефекту.

Поняття – економічна ефективність – включає в собі окрім виробничої (технологічної) і стратегічної (цільової) ефективності сам процес одержання прибутку, тобто управлінську і маркетингову складові (рис.1).



Рис.1- Складові економічної ефективності діяльності суб'єкту господарювання

З поняттям ефективності управління дуже тісно пов'язане поняття - якість управління економічним об'єктом. Якість економічного об'єкту як системи, у тому числі соціо-еколого- економічної, характеризується досконалістю, збалансованістю утворюючих її як ціле частин (підсистем), раціональністю структури, а також поєднанням стійкості і гнучкості, і т.д. За В. Ланкіним, оцінка якості управління є одним з ключових моментів при оцінці ресурсного потенціалу підприємства, оскільки тільки наявність ресурсів без ефективної організації та управління ними не забезпечать ефективної діяльності підприємства.

В умовах нової економіки основними ресурсами розвитку у все більшій мірі стають люди і знання, якими вони володіють, нематеріальні активи і зростаюча професійна компетенція кадрів. Нематеріальні активи організації часто повністю ототожнюються з інтелектуальним капіталом. Т. Стюарт виділяє три складові інтелектуального капіталу: людський, організаційний і споживчий.

Як вважає Рамазанов С.К., ефективність функціонування, зростання і розвитку економічної системи, багато в чому залежить від рівня і інтенсивності вживання сучасних нових технологій (НТ) (інформаційних, інноваційних, наукоємних, конкурентноздатних і тому подібне).

За результати досліджень, наведених в загальновідомих джерелах інформації, близько 50% компаній будують системи оцінки ефективності, базуючись виключно на фінансових показниках і втрачаючи на цьому близько 12 млрд. дол. США. На думку І.Просвіріної, суть цієї проблеми можна визначити наступним чином: оскільки змінилися способи створення продукту в умовах інформаційної економіки, а знання перетворилися в один з основних чинників створення нової вартості, публічна звітність компаній перед власниками та іншими інвесторами повинна містити інформацію про основні чинники вартості: стратегію компанії, майбутні грошові потоки, нефінансові сторони діяльності, нематеріальні активи компанії та ін. Тому, для оцінки діяльності економічного об'єкту, орієнтованої на стратегію розвитку, запропоновано використовувати: концепцію збалансованої системи показників, що дозволяє поряд з економічною оцінкою фінансових процесів, оцінювати маркетингові процеси, внутрішні бізнес-процеси, навчання та зріст; концепцію впливу нових технологій на діяльність суб'єкта господарювання.

Таким чином, управління інноваційною діяльністю з метою підвищення ефективності і якості управління суб'єкта господарювання в умовах кризи - це зміни з метою впровадження та використання нових технологій, процесів, відновлення різних сторін інноваційної діяльності підприємства з позицій системного підходу.

УДК 65:334.716

В.М.Колосок, к.е.н., доц., докторант, ДВНЗ «Приазовський державний технічний університет», Маріуполь

К.М.Дроботіна, аспірантка, ДВНЗ «Приазовський державний технічний університет», Маріуполь

Ю.С.Угровата, студентка, ДВНЗ «Приазовський державний технічний університет», Маріуполь

МЕХАНІЗМ ФІНАНСОВОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ В ВЕЛИКИХ ІНТЕГРОВАНІХ ПІДПРИЄМСТВАХ

Ринкові процеси у вітчизняній економіці характеризуються посиленням економічної інтеграції між підприємствами, холдинговими компаніями, у тому числі і транснаціональним бізнесом. Розвиток інтеграційних процесів веде до необхідності формування адекватного механізму забезпечення їх управління, одним із найбільш важливих елементів якого є фінансове забезпечення. Посилення інтеграційних процесів між суб'єктами стратегічного управління можна трактувати як імператив сучасної економіки, тому виникає необхідність удосконалення механізму його фінансового забезпечення.

Існуючий механізм фінансового забезпечення стратегічного управління промислових підприємств в умовах холдингових компаній потребує змін, зумовлених рядом факторів:

змінюю організаційної структури та структури управління підприємств, що входять до складу інтегрованих структур;

змінюю організації бізнес-процесів за продуктовим принципом з метою встановлення найбільш прийнятної та ефективної для холдингу системи управління створенням «ланцюжка вартості»;

змінюю порядку та політики оподаткування підприємств у складі транснаціональних інтегрованих структур.

Механізм фінансового забезпечення стратегічного управління в умовах інтегрованих підприємств покликаний забезпечити високий рівень фінансової самодостатності кожного суб'єкта стратегічного управління холдингу; фінансову самостійність, яка проявляється у можливості здійснення контролю над своїми фінансовими ресурсами, спроможності їх залучити; надійність всіх елементів фінансової системи в умовах впливу дестабілізуючих факторів; розрахункову дисципліну на основі дотримання діючих норм як національних законів і стандартів, так і міжнародних стандартів та правил; здатність до розвитку на основі інноваційних стратегій, постійної модернізації виробництва, ефективної інвестиційної та інноваційної політики.

Умовою забезпечення дієвості механізму є визначення його мети, яка полягає в забезпеченні ефективності виконання системи стратегічних планів великих інтегрованих промислових підприємств. До суб'єктів механізму відносяться елементи організаційної структури управління інтегрованих структур – холдинг, дивізіон, актив – різних рівнів ієрархічної підпорядкованості. Об'єктом дії механізму є стратегічне управління, яке повинно формуватися та реалізовуватися з метою забезпечення ефективного виконання планів розвитку промислових підприємств і інтегрованих структур в цілому.

До основних підходів щодо побудови механізму забезпечення ефективності виконання стратегічних планів слід віднести системний, предметний, інтеграційний і ситуаційний підходи. Відповідно до вимог системного підходу, механізм повинен мати: цілісність; відкритість; динамізм.

Предметний підхід вимагає від побудови механізму удосконалення системи стратегічних планів (предмету) шляхом запровадження єдиної системи економічного управління для суб'єктів всіх рівнів ієрархії холдингу.

На посилення взаємозв'язків між суб'єктами управління, поглиблення співробітництва між ними спрямований інтеграційний підхід. У даному випадку інтеграція між суб'єктами механізму фінансового забезпечення стратегічного управління великих промислових підприємств означає досягнення синергетичного ефекту. Інтегрована структура володіє додатковими фінансовими ресурсами завдяки корпоративній синергії спільної фінансової діяльності. Об'єднання фінансових ресурсів учасників інтегрованої структури

дозволяє створити потужний фінансовий потенціал групи підприємств в цілому.

Ситуаційний підхід до організації механізму полягає в тому, що придатність різних форм і методів фінансового забезпечення відповідає конкретною ситуацією, яка обумовлена пріоритетними напрямками стратегічного розвитку: розвиток основної виробничої діяльності; підтримання та розвиток інфраструктури підприємства; забезпечення ринкової вартості підприємства; підтримання вартості капіталу підприємства; розширення частки ринку; освоєння нових видів продукції і технологій; опанування новими видами бізнесу; забезпечення розвитку персоналу підприємства; забезпечення вимог екології та безпеки виробничої діяльності і т. ін.

Результатом використання вказаних підходів до формування механізму буде удосконалення процесу забезпечення фінансовими ресурсами стратегічного управління промислових підприємств крупних інтегрованих структур.

УДК 336.64:658.114.5

В.М.Колосок, к.э.н., доц., докторант, ГВУЗ «Приазовский
государственный технический университет», Мариуполь

Я.С.Трусова, магистрант, ГВУЗ «Приазовский государственный
технический университет», Мариуполь

ФИНАНСИРОВАНИЕ ИНВЕСТИЦИОННЫХ ПОТРЕБНОСТЕЙ СТРУКТУРНЫХ ПОДРАЗДЕЛЕНИЙ ХОЛДИНГОВОЙ КОМПАНИИ

Одной из главных проблем, лежащих в плоскости управления финансами холдинга, является координация денежных потоков внутри холдинга, управление платежеспособностью и ликвидностью группы интегрированных крупных промышленных предприятий. Актуальным является вопрос разработки механизма использования кредита и лизинга как инструментов финансирования структурных подразделений в компаниях холдингового типа.

В настоящее время в состав интегрированных структур крупного концентрированного капитала входят несколько разных холдингов, охватывающих активы нескольких отраслей, в том числе финансового бизнеса. Например, холдинги группы «СКМ» в Украине охватывают следующие направления: горно-металлургическая промышленность (холдинг «МЕТИНВЕСТ»), энергетика (холдинг «ДТЭК»), телекоммуникации, финансовый бизнес и пр. Финансовый бизнес группы СКМ представлен двумя банками («Первый Украинский Международный Банк» и «Ренессанс Капитал») и двумя страховыми компаниями («АСКА» и «АСКА - Жизнь»). Наличие в рамках данной группы финансовых холдингов позволяет урегулировать все виды встречных обязательств и требований предприятий интегрированных в

одну группу, участвующих в расчетах через уполномоченные банки, а также управлять оптимизацией финансовых потоков между структурными подразделениями посредством использования механизма и инструментов внутрикорпоративного финансирования – кредитования и лизинга.

Как показывает практика, современные взаимоотношения между предприятиями холдинга, их дебиторами и кредиторами и связанными с ними финансовыми структурами очень разветвлены. Денежные средства должны пройти через десятки счетов, чтобы завершился полный цикл расчетов. Обслуживание такой цепочки занимает до десяти дней, и все это время финансовые средства находятся не в производственной, а в банковской сфере. Подобные «переплетения» финансовых потоков в несколько раз увеличивают время прохождения платежей и ведут к увеличению дебиторской и кредиторской задолженностей дочерних компаний холдинга. Для финансирования инвестиционных потребностей структурных подразделений холдинга могут быть использованы внешние источники финансирования. Однако привлечение внешних заемных средств требует решения сложных задач по оптимизации размера заимствований, сохранению удовлетворительной структуры пассивов компании, ее финансовой устойчивости, снижению издержек, связанных с привлечением и обслуживанием кредитов.

Одним из направлений совершенствования механизма финансирования инвестиционных потребностей внутри холдинговой компании является осуществление внутрикорпоративного кредитования дочерних предприятий, т.е. использования «родственных» финансовых структур в рамках холдинга. Данный алгоритм взаиморасчетов между предприятиями холдинга существенно снижает участие внешних по отношению к холдингу (группе) коммерческих банков в поддержании остатков денежных средств на расчетных и валютных счетах предприятий, высвобождает дополнительные ресурсы для финансирования производственной и инвестиционной деятельности корпорации на условиях срочности, возвратности и платности.

Другим важным инструментом финансирования внутренних инвестиционных потребностей предприятий холдинга является лизинг. Преимущества лизинга перед кредитованием состоят в следующем: компания-лизингополучатель может получить имущество в лизинг для реализации инвестиционного проекта без предварительного накопления определенной суммы собственных средств и привлечения иных внешних источников; оформление лизинга не требует таких гарантий, как получение банковского кредита, поскольку обеспечением лизинговой сделки является имущество, взятое в лизинг; использование лизинга повышает коммерческую эффективность инвестиционного проекта, в частности, за счет льгот по налогообложению и применения ускоренной амортизации, а также удешевления некоторых работ, связанных с приобретением имущества. Для повышения эффективности лизинговых инструментов в холдингах целесообразно привлекать «дочерние» лизинговые или другие финансовые структуры, предоставляющие данные услуги.

Использование механизма внутрикорпоративного кредитования для финансирования структурных подразделений создает предпосылки повышения экономической устойчивости холдинга. Реализация на практике механизма внутрикорпоративных кредитов обеспечит для корпоративных структур сбалансированность входящих и исходящих финансовых потоков, оперативный контроль за финансовыми оборотами дочерних компаний, управление их дебиторской и кредиторской задолженностью, оптимизацию политики заимствований, что, соответственно, существенно снизит зависимость дочерних предприятий от внешних заемных источников. Основными преимуществами внутрикорпоративного кредитования в данном случае являются: более низкая процентная ставка по привлекаемым кредитам, по сравнению с рыночной; минимизация затрат, связанных с получением кредита; повышение скорости принятия решений и получения средств.

УДК 336.01

А.В.Кравець, ст.викладач Міжгалузевого інституту післядипломної освіти НТУ «ХП», Харків

МЕТОДИЧНІ АСПЕКТИ ІНТЕГРАЛЬНОЇ ОЦІНКИ ЕФЕКТИВНОСТІ ФУНКЦІОНУВАННЯ ФІНАНСОВО- КРЕДИТНОГО МЕХАНІЗМУ АКЦІОНЕРНИХ ТОВАРИСТВ

В економічній літературі досить розповсюдженим є інтегральний підхід щодо оцінки ефективності функціонування підприємств, який дає змогу надати загальну (інтегровану) оцінку ступеню економічного розвитку суб'єктів господарювання. Цей підхід цікавий тим, що у процесі його здійснення кожний з показників фінансово-господарської діяльності підприємства розглядається у взаємозв'язку з іншими показниками.

Вважаємо за доцільне застосування інтегрального підходу для визначення узагальнюючого (інтегрованого) показника розвитку фінансово-кредитного механізму акціонерних товариств, який надає можливість оцінити загальну динаміку зміни фінансового стану підприємств, як комплексної системи взаємопов'язаних показників: фінансової стійкості (незалежності), ліквідності та платоспроможності, рентабельності та ділової активності підприємств протягом певного періоду часу.

Методичну основу запропонованого інтегрального індексу розвитку фінансово-кредитного механізму акціонерних товариств складають відомі методи статистико-економічного аналізу: індексний метод та метод розрахунку середніх величин, зокрема, середньої геометричної.

Індексний метод дозволяє охарактеризувати загальні зміни показників фінансового стану акціонерних товариств у динаміці, а також виявити вплив окремих чинників на результативний показник. Середня геометрична дозволяє

розрахувати середні індекси (темпи) змін в рядах динаміки та надає зведену інтегральну оцінку індивідуальних значень показників (індексів).

Таким чином, інтегральний індекс розвитку фінансово-кредитного механізму акціонерних товариств можна розрахувати як середню геометричну з добутку інтегральних індексів зміни фінансової стійкості (незалежності), ліквідності (платоспроможності), рентабельності, ділової активності підприємств, які в свою чергу, є середніми геометричними з добутків індивідуальних індексів показників, обраних нами для характеристики фінансового стану акціонерних товариств.

З метою проведення дослідження нами було обстежено сукупність із 80 акціонерних товариств, які здійснюють свою фінансово-господарську діяльність в Україні, основними видами економічної діяльності яких згідно з КВЕД є: переробна промисловість; будівництво; торгівля; діяльність транспорту та зв'язку; інжиніринг та операції з нерухомим майном.

Аналіз основних тенденцій розвитку фінансово-кредитного механізму акціонерних товариств України за 2008-2010 роки показав, що в цілому за вибірковою сукупністю акціонерних товариств спостерігалось зниження темпів розвитку їх фінансово-кредитного механізму у 2009 році порівняно з 2008 роком (-9,2%), що можна пояснити наслідками економічної кризи в Україні в період з другої половини 2008 по 2009 рік включно.

Починаючи з 2010 року відбувалася позитивна динаміка в розвитку фінансово-кредитного механізму акціонерних товариств вибіркової сукупності: +16,6% порівняно з попереднім 2009 роком, та +11,3% порівняно з 2008 роком.

Якщо проаналізувати групи акціонерних товариств залежно від виду їх економічної діяльності, то позитивна динаміка розвитку фінансово-кредитного механізму за досліджуваний період спостерігалася тільки в підгрупі підприємств легкої та харчової промисловості, в основному за рахунок зростання показників ліквідності, рентабельності, ділової активності.

В підгрупі великих підприємств переробної промисловості відбувалося зростання темпів розвитку тільки в 2010 році порівняно з попередніми двома роками. Невеликі підприємства з 5-ї групи демонстрували позитивну динаміку розвитку у 2009-2010 роках порівняно з 2008 роком, а в 2010 році порівняно з 2009 роком – негативну динаміку. В більшості ж інших груп та підгруп акціонерних товариств за аналізований період простежувалася переважно негативна динаміка в розвитку їх фінансово-кредитного механізму, на яку в цілому вплинули індивідуальні показники фінансового стану.

Розрахунок та аналіз основних коефіцієнтів та агрегатів фінансової стійкості акціонерних товариств вибіркової сукупності засвідчив суттєву недостатність власного капіталу в загальній сумі авансованого капіталу акціонерних товариств та власного оборотного капіталу, що зробило підприємства фінансово нестійкими та залежними від позикових коштів.

Протягом досліджуваного періоду спостерігається значна диспропорція у співвідношенні залучених коштів та власного капіталу, що несе високий фінансовий ризик для майже усіх акціонерних товариств. В цілому за вибірковою

сукупністю акціонерних товариств протягом досліджуваного періоду простежувався нестійкий фінансовий стан.

Коефіцієнти ліквідності показали недостатність різних груп активів для покриття поточних зобов'язань. Абсолютна ліквідність за вибірковою сукупністю акціонерних товариств нижча від нормативу як мінімум, вдвічі. Таке становище призвело до погіршення ліквідності та платоспроможності акціонерних товариств протягом 2008-2010 років.

Таким чином, на нашу думку, запропонована методика визначення інтегрального індексу розвитку фінансово-кредитного механізму акціонерних товариств як комплексної системи взаємопов'язаних показників, надасть можливість оцінити загальну динаміку змін фінансового стану кожного підприємства, розробити заходи щодо підвищення їх фінансової стійкості, ліквідності, платоспроможності, рентабельності, ділової активності, що в сукупності вплине на стабільність функціонування та ефективність розвитку фінансово-кредитного механізму акціонерних товариств.

УДК 338.1+388.8

С. І.Редька, аспірант, Полтавський університет економіки і торгівлі,
м.Полтава

ІННОВАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ ДЛЯ ПІДВИЩЕННЯ НАЯВНОГО ПОТЕНЦІАЛУ БАНКІВСЬКОЇ СИСТЕМИ УКРАЇНИ.

Перехід до ринкової системи і особливо сучасний стан національної економіки істотно змінили умови комерціалізації інноваційних ідей банківської системи України. Пошук споживача, оперативність, ефективність, конкурентоспроможність та можливість фінансового забезпечення стали важливими критеріями інноваційної діяльності комерційних банків. А сучасні світові тенденції розвитку банківських інновацій відображають надзвичайно актуальну проблему – вибір технологій щодо інноваційної діяльності. Виникає необхідність у відповіді на питання: у яке русло буде спрямовано інновацію і яким чином вона вплине на мету банку та на кінцевий результат і чи виправдає вона суму інвестицій, що була в неї вкладена.

В системній стратегії комерційного банку усе повинно відбуватись по організаційній схемі із використанням розвинених інноваційних технологій. Так, під поняттям «інноваційна технологія», слід розуміти певний ряд інструментів та механізмів для здійснення інноваційної діяльності і сприяння її здійснення, пошуку інноваційних рішень, а також важіль стимулювання і регулювання цієї діяльності. Технологія управління інноваційною діяльністю завжди спрямовано на досягнення конкретних цілей шляхом впливу на чинники, які забезпечують їх досягнення. Цей вплив здійснюється за допомогою наявних ресурсів організації, серед яких провідне місце належить

також і людським ресурсам. Саме тому при формуванні стратегічних інноваційних технологій необхідно враховувати економічні, організаційно-управлінські, соціально-психологічні чинники, що будуть впливати на поведінку учасників інноваційного процесу та проектувати ефективні форми його організації.

В умовах інтеграції банківської системи України до світового економічного простору конкурентоспроможність банків багато в чому залежить від їх бажання та можливості переходити від застосування традиційних механізмів і процедур обслуговування клієнтів до впровадження інноваційних банківських продуктів та операцій, розширення асортименту пропонованих послуг. Здатність банку розробити та впровадити нові технології клієнтоорієнтованого банкінгу суттєво залежить від наявності у нього необхідної кількості фінансових ресурсів, відповідності його інвестиційної політики стратегічним завданням інноваційного розвитку, достатнього рівня кадрового, інформаційного, матеріально-технічного забезпечення тощо. Крім того, запорукою успішного впровадження в банках нових технологій по роботі з клієнтами є наявність відповідної методичної бази, яка б дозволила прийняти виважене рішення щодо доцільності інвестування в ці технології, визначити імовірність досягнення поставленої мети, оцінити рівень інвестиційного ризику.

Тому, головним завданням для підвищення наявного потенціалу банківської системи є ефективне управління інноваційною діяльністю банку, що виникає з впровадження дієвих технологічних інструментів, які забезпечують його поступальний, пропорційний розвиток, економічну стійкість, міцні конкурентні позиції, тривале і успішне функціонування на ринку.

Тому вважаємо за необхідне при розробці інноваційної стратегії банку особливо звертати увагу на ряд важливих механізмів:

1) Розроблення системи критичної оцінки сильних та слабких сторін банку як з позиції місця на ринку банківських послуг, і так і з позиції ресурсного потенціалу;

2) Постійний аналіз взаємозв'язків між: окремими підрозділами банку та відповідного інформаційного забезпечення (необхідно пам'ятати, що інформація, особливо поточна, має здатність швидко застарівати);

3) Моніторинг життєвого циклу інноваційного продукту та як результату інноваційної діяльності;

4) Впровадження методики оцінки відсотку затрат на інноваційну діяльність.

Існуючі методичні підходи не можуть бути в чистому вигляді застосовані для прийняття інвестиційних рішень у сфері інноваційних клієнтоорієнтованих банківських технологій, що обумовлює необхідність їх розвитку з метою врахування технологічних особливостей впровадження нових банківських продуктів і відповідних змін у структурі банківських ризиків.

Г.І.Решетова, доцент, к.держ.упр., Донецький державний університет управління, Донецьк

ПРОБЛЕМИ УПРАВЛІННЯ ІННОВАЦІЙНИМ РОЗВИТКОМ ПІДПРИЄМСТВА

В українській господарській практиці так склалося, що із всіх нововведень, що здійснюються на підприємствах, та їхня частина, що відноситься до сфери менеджменту, традиційно залишається в тіні не тільки для самих підприємств, але й при проведенні досліджень із проблем інновацій. У той же час якісне та ефективне управління суттєво впливає на результати діяльності будь-якого підприємства. Однак сам інноваційний процес у сфері управління залишається для багатьох досить неясним. Тому необхідно визначити сутність управлінських нововведень і їх типологію; межі таких нововведень; співвідношення інноваційних процесів на підприємстві та управління; факторів, що впливають на ефективність управлінських новацій; а також основних тенденцій розвитку інноваційного менеджменту в країнах з розвинутою ринковою економікою.

Активна взаємодія всіх суб'єктів господарювання з науково-дослідними організаціями різного типу на принципах інтеграції, міжфірмової кооперації створює умови для ефективної реалізації досягнень науково-технічного прогресу та забезпечення конкурентоспроможності підприємств.

Внаслідок цього виникають нові організаційні форми такої взаємодії. До них належать: технопарки; технополіси; науково-промислові комплекси різних видів; бізнес-інкубатори; міжфірмові стратегічні альянси; консультаційні та аналітичні альянси; венчурні фірми (ризик-фірми).

Такі організаційні форми інноваційної діяльності вирішують проблеми принципово нового інноваційного розвитку, пов'язаного з формуванням нових технологічних укладів. Це нові форми управління циклом «наука — техніка — виробництво». Перелічені організаційні форми забезпечують розвиток інноваційних процесів, упорядковують цей складний і ризиковий процес, стимулюють його і регулюють на різних ієрархічних рівнях управління — на підприємстві, у корпорації, регіоні, країні в цілому.

Багато підприємств намагаються в тому або іншому вигляді здійснювати інноваційну діяльність самостійно, через створювані спеціально для цього дочірні структури або інноваційні центри, покликані сприяти просуванню і використанню інноваційної продукції. Наймаються фахівці, що розбираються в патентно-ліцензійній діяльності, охороні інтелектуальної власності і іншим компонентам, необхідним для комерційного використання інновацій.

Однією з найважливіших проблем в інноваційній діяльності є проблема організації цієї діяльності, тобто проблема управління. Аналіз діяльності ряду підприємств дозволяє зробити висновок про те, що все більше значення

придбаває якість управління. Кваліфікація менеджера, керівника стає найважливішим чинником забезпечення ефективності інноваційного процесу. У цій ситуації від менеджера потрібно віртуозне володіння усім набором інструментів управління.

На відміну від чисто фінансових проектів, в інноваційних проектах є велике число добре керованих чинників (важелів), здатних принципово змінити інвестиційну привабливість проекту в кращу сторону: способи управління, кваліфікація персоналу, досвід менеджера. Саме з цієї причини результативність проекту значною мірою залежить від того, хто управляє. Таким чином, проблема управління в інноваційній діяльності стає ключовою.

На результативність виробничо-комерційної діяльності будь-якого підприємства істотний вплив роблять управління процесом функціонування і організаційна структура, у рамках якої цей процес здійснюється.

Таким чином, інновації - це не лише використання високих технологій, але і інновації у сфері управлінських рішень. Для реалізації більшості завдань, що стоять перед підприємством, потрібна реорганізація системи управління підприємством на основі нових управлінських технологій. Підприємство, що має намір працювати гнучко, неминуче приходить до необхідності використання інноваційних підходів.

Саме у цьому і полягає підхід, ґрунтований на використанні нових управлінських технологій. Суть його - в створенні такої структури управління компанією, в якій персонал вбудований у своєрідний конвеєр (бізнес-процес), що забезпечує якісне виготовлення інноваційного продукту, випускається компанією. Досягається це за рахунок організаційних заходів і важлива роль в побудові такої системи належить методології управління проектами.

У цій ситуації для ефективної реалізації ринкових завдань, що стоять перед підприємством, необхідно розробити систему управління інноваційною діяльністю, основа якої - розбиття складного процесу на прості компоненти на основі проектного підходу і вибудовування своєрідного управлінського "конвеєра". Це дає цілий ряд ефектів: робота з процесу перетворюється на цілеспрямований рух, знижуються вимоги до кваліфікації персоналу, різко зростає продуктивність праці, знижується кількість помилок.

Для реалізації такого підходу необхідно розробити ефективну організаційну структуру, систему управління фінансами, сформувати службу маркетингу, забезпечити документообіг, тобто детально сформулювати правила роботи підприємства, в основних рисах загальні для усіх компаній інноваційної спрямованості. Для кожного конкретного випадку знадобиться лише корекція (у більшості випадків - незначна), "налаштування" системи на конкретний бізнес. Менеджери інноваційної компанії будуть занурені в готове середовище, яке змусить їх працювати за єдиними правилами, забезпечить необхідну прозорість і керованість компанії.

Інноваційний розвиток підприємства необхідно точно також проектувати, як і будь-яку систему. Необхідно не лише визначити завдання, що стоять перед підприємством, але і створити систему, що забезпечує перехід підприємства в

цей стан, визначити необхідні ресурси, розробити бізнес-процеси інноваційної діяльності. Тільки так можна розраховувати на успіх. Для створення механізму управління інноваційними процесами на підприємствах повинна бути створена система інноваційного менеджменту. Доцільно на всіх рівнях формувати у сучасних менеджерів філософію підприємництва, як основи підприємницької інноваційності, що відповідає новим організаційним формам інноваційного бізнесу. Інноваційний менеджер в сучасних умовах повинен бути перш за все організатором інноваційного процесу, винахідником, підприємцем, який береться за реалізацію чужої ідеї, ініціює її практичне здійснення.

УДК 656.7:336

О. В. Хірс, аспірант, Національний авіаційний університет, Київ

ОСНОВНІ ХАРАКТЕРИСТИКИ КООПЕРАЦІЙНИХ ЗВ'ЯЗКІВ У СУЧАСНІЙ ЕКОНОМІЦІ

Світовий досвід показує, що промислова кооперація — об'єктивний історичний процес, який властивий усім способам виробництва, країнам з будь-яким соціально-економічним ладом. У промисловій кооперації об'єднуються і матеріалізуються передові ідеї, досягнення в галузях фундаментальної науки, науково-дослідних і дослідно-конструкторських роботах (НДДКР), виробничих, конструкторських, управлінських та інформаційних технологіях.

Сучасні теоретичні концепції, що пояснюють загальні механізми і спрямованість розвитку промислової кооперації і економічних стосунків на усіх структурних рівнях відтворення зводяться до двох пануючих в економічній думці напрямів, - неокласичному і інституціональному.

Сучасна неокласична теорія спирається на маржіналістський підхід до аналізу економічних систем. У неокласичних теоріях, що обґрунтовують механізми ринкових стосунків в нових економічних умовах, найважливіше значення відводиться встановленню меж дії ринкових стосунків, які визначаються умовами формування витрат у сфері обміну.

Інституціональний підхід до економіки заснований на ряді своєрідних принципів:

1) об'єктом дослідження інституціональної школи є не чисто економічні явища, а процеси, що охоплюють соціальні, політичні, організаційні, правові, історичні та інші сторони життєдіяльності суспільства;

2) інституціоналісти відкидають раціональність поведінки людини і вводять соціальні поняття «інститут», що трактується як звичай, закріплені законодавчо;

3) неповнота інформації, необхідної для ухвалення комерційних і управлінських рішень;

4) інституціональна економіка допускає можливість нерівноважної ситуації або наявності декількох точок рівноваги, які необов'язково є оптимальними.

Оцінка і узагальнення сучасних теоретичних досягнень в області аналізованої проблеми дозволяють сформулювати наступні висновки:

1. Характерним для усіх теорій є: по-перше, апологетика системи кооперації виробництва, що склалася, на даний конкретно-історичний період; по-друге, односторонність розгляду причин зміни кооперації (ринковий, неринковий, техніко-технологічний і інші підходи); по-третє, дуже рідко автори пов'язують зміни в громадських формах організації праці і основні цілі і критерії розвитку суспільства на конкретно-історичному етапі розвитку; по-четверте, процеси розподілу праці і їх форма - кооперація, розглядається ізольовано за окремими рівнями господарювання - переважно на мікро- або макро-рівнях, не визнаючи пріоритету національних інтересів суспільства по відношенню до міжнародних, територіально-галузевих, фірм; по-п'яте, в усіх зарубіжних теоріях простежується подвійний стандарт відносно кооперації усередині власної країни і по відношенню до периферії; шосте, не дається цілісне представлення цієї категорії як сукупності духовних, соціально-економічних, техніко-технологічних і організаційно-правових начал диференціації і інтеграції праці; всьоме, в теоріях спочатку закладавалися стосунки конфліктності; увосьме, у більшості теорій є явні або завуальовані інтереси правлячих класів, що приносять шкоду інтересам населення.

2. В основі усіх теорій, що характеризують розвиток громадського виробництва, закладені фундаментальні категорії - споживна вартість і вартість. Залежно від вибраних пріоритетів виділяють позицію вчених-товарників і антитоварників. У більшості випадків автори беруть за основу вартісні характеристики зміни кооперації, які засновані на абстрактно логічній оцінці витрат виробництва, що має умовно-договірні параметри. В цьому випадку в наявності суб'єктивізм в оцінках при визначенні величини витрат і ціни на товар.

3. В економічних теоріях розвиток економіки, громадського виробництва, розподілу праці і його форми - кооперації виробництва, розглядаються або з приватних позицій (неінституціоналізм) - інтересів окремого індивіда, господарюючого суб'єкта, або з позицій інтересів суспільства (новий інституціоналізм).

4. Більшість економічних теорій мають слабкий взаємозв'язок соціально економічних, організаційно-правових, політичних аспектах розвитку громадського виробництва у кооперації.

5. Аналіз сучасних теорій створює передумови, можливість і необхідність розробки системно-цільового пізнання об'єктивних законів, закономірностей розвитку промислової кооперації та визначення найбільш раціональних шляхів ефективного розвитку суспільства.

На нашу думку, промислова кооперація - це універсальна форма організації спільного або взаємоузгодженого виробництва за участю партнерів двох або декількох

господарських одиниць, заснована на розподілі програм випуску продукції, єдності комерційних умов співпраці, передачі технологій, взаємної гарантії ризиків, загальному захисті інвестицій і промислових секретів.

Промислова кооперація з причини серйозної технологічної складової є вищою формою сучасного громадського розподілу праці. Це підкріплено розгорнутим тлумаченням таких понять, як: бізнес-інкубатор, високотехнологічна компанія і проект, консервативна галузь, новітня технологія, партнери-конкуренти. Промислова кооперація - процес, який може бути і білатеральним (двостороннім) і багатостороннім, залежно від кількості учасників договору про промислову кооперацію. Включення до такого роду кооперації дозволяє, наприклад, одному з партнерів реально приступити до освоєння нового продукту або усіх партнерів практично одночасно перейти до випуску нового виробу, використовуючи накопичений досвід і діюче устаткування (за умови часткової його заміни при фінансовій і технічній підтримці інших учасників), а також зміцнити взаємну довіру.

УДК 332.1

М.В.Чистова, кандидат экономических наук, ФГБОУ ВПО «Пятигорский государственный лингвистический университет», Пятигорск, Россия

ЭФФЕКТИВНАЯ ИННОВАЦИОННАЯ ПОЛИТИКА – КЛЮЧЕВОЙ ФАКТОР ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ЭКОНОМИКИ РЕГИОНА

В условиях продолжающегося формирования в России экономики нового типа при быстро изменяющихся условиях внешней среды создать в регионе конкурентоспособную экономику – первостепенная задача всех без исключения органов власти. При этом, главным критерием конкурентоспособности в настоящее время считается инновационный тип развития. В этой связи любому региону просто необходимо создавать и развивать эффективную систему мотивации у инновационной деятельности, следовательно, проводить эффективную инновационную политику.

Под региональной инновационной политикой следует понимать, прежде всего, целенаправленную деятельность как федеральных, так и региональных органов исполнительной власти по созданию благоприятных условий и стимулов инновационной деятельности в регионе.

Ведущим инструментом оценки регионального экономического развития считается валовой региональный продукт по объективным причинам: во-первых, он корреспондирует с главным индикатором на макроэкономическом уровне – валовым внутренним продуктом (ВВП); во-вторых, он отражает достигнутый уровень экономического роста, являясь главной составляющей аналитико-информационной базы для выработки мер государственного

регулирования по обеспечению экономической безопасности региона; в-третьих, выступает как инструмент осуществления региональной государственной политики преодоления чрезмерного отставания отдельных регионов по уровню экономического развития. Специфика показателя ВРП заключается в том, что он представляет результат производственной деятельности институциональных единиц, являющихся резидентами данного региона, и должен включать в состав товары и услуги, произведенные резидентами, направленные на конечное потребление, накопление, экспорт и вывоз в другие регионы [1:143].

Иными словами, валовой региональный продукт представляет собой валовую добавленную стоимость, созданную на территории региона за определенный период времени, характеризующий процесс производства товаров и услуг единицами-резидентами региональной экономики [2:2].

Оценивая структуру валовой добавленной стоимости Ставропольского края в 2010 году следует отметить, что наибольший удельный вес занимают такие отрасли экономики, как оптовая и розничная торговля и обрабатывающие производства. Сельское хозяйство занимает лишь третью позицию, которое одновременно является одной из главных составляющих инновационного потенциала региона.

Эффективность проводимой в регионе инновационной политики детерминирована инновационным потенциалом региона. К инновационному потенциалу региона следует относить как ресурсы, непосредственно необходимые для осуществления инновационной деятельности в регионе, так и ресурсы, определяющие возможности развития региональной инновационной деятельности.

По поводу оценки эффективности региональной инновационной политики существует несколько точек зрения. Так, Е.В.Ковешниковой для оценки эффективности региональной инновационной политики предлагается оценивать региональную инновационную политику с помощью комплекса показателей, структурированных по следующим направлениям: активизация региональной инновационной политики и реструктуризация региональной экономики; формирование благоприятного инвестиционного климата и снижение административных барьеров в инновационной сфере региона; развитие человеческого капитала и создание рабочих мест для высококвалифицированных кадров, вовлечение молодежи в инновационное предпринимательство; стимулирование кооперационных процессов в региональной инновационной системе.

Группа исследователей Центра стратегических разработок «Северо-Запад» предлагают оценивать эффективность инновационной политики в регионе с помощью индекса инновационности, который аккумулирует в себе 20 показателей. В данном показателе учитываются лишь внутренние затраты на научные исследования и разработки в % от ВРП, в то время как общий объем на научные исследования и разработки на предприятиях и организациях региона отсутствует. Однако, на наш взгляд, данный показатель также не менее

важен, хотя, безусловно, внутренние затраты в общей структуре источников финансирования инновационной деятельности занимают наибольший удельный вес.

Анализируя данный показатель в Ставропольском крае следует отметить устойчивую тенденцию увеличения объемов затрат на осуществление научных исследований и разработки предприятиями и организациями края. Темпы роста данного показателя составили: в 2009 году по сравнению с 2008 – 124%, в 2010 году по сравнению с 2009 – 117,5%.

Модель зависимости валового регионального продукта от объемов затрат на научные исследования и разработки предприятиями и организациями Ставропольского края имеет вид полиномов второй и третьей степени и описываются соответственно следующими уравнениями:

$$1) \text{ ВРП} = -9504924,50x^2 + 81530370,90x + 106536922,00;$$

$$2) \text{ ВРП} = -10375915,33x^3 + 68314440,50,90x^2 + 91747415,17x + 215484033,00,$$

где x — объем затрат на научные исследования и разработки предприятиями и организациями края, в тыс. руб.;

Библиографический список. 1. Шаронина, Л.В. Методические основы расчета воспроизводства, распределения и использования валового регионального продукта //Известия ТРТУ .Спец. вып.: Матер. XLVIII науч. технич. конф. ТРТУ. - Таганрог: Изд-во ТРТУ, 2003. - №1(30). 2. Подзоров, Н.Г. Анализ влияния факторов на объем и структуру валового регионального продукта республики Мордовия / Н.Г.Подзоров. [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://sisupr.mrsu.ru/2010-1/pdf/podzorov3.pdf>.

УДК 656.132

Л.И.Шаша, доцент, НТУ «ХПИ», Харьков

ОПТИМИЗАЦИЯ ПРОЦЕССА УПРАВЛЕНИЯ ЭКОНОМИКОЙ АТОТРАНСПОРТНОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

Новый подход к вопросам хозяйствования, предполагающий использование новых принципов, способов, форм и методов управления автотранспортными предприятиями (АТП), предъявляет новые, повышенные требования к экономической информации, которая в форме обратной связи способствует выработке оптимальных управленческих решений.

Оптимизация процесса управления в современных условиях ориентирована на комплексное воздействие со стороны производственных и управленческих подразделений АТП на объект управления, что требует создания его полной информационной модели. Поэтому при формировании системы управленческого учета необходимо обеспечить взаимосвязь различных информационных систем как основы для взаимодействия всех функций управления.

Отсутствие системного подхода к решению сложной проблемы организации управленческого учета, ее научная и практическая значимость в повышении эффективности хозяйствования АТП обусловили цель, задачи и структуру исследования.

Целью данной работы является обоснование теоретических положений и разработка практических рекомендаций по формированию системы управленческого учета на АТП, адаптированных к современным условиям хозяйствования.

Такая целевая направленность исследования обусловила необходимость решения следующей задачи: - определение влияния технологических и организационных особенностей АТП на формирование учетной информации в системе управленческого учета по центрам ответственности; - на основе проведенного анализа - формулировка рекомендаций по определению необходимых элементов системы управленческого учета в зависимости от факторов, обусловивших особенности и информационные потребности АТП.

В существующих экономических исследованиях отсутствует единая концепция управленческого учета. В дискуссии по его предметной сущности мнения колеблются в диапазоне от понимания управленческого учета в узком смысле слова – как подсистемы бухгалтерского учета, до трактовки в широком смысле слова – как системы управления предприятием. В результате анализа различных подходов к управленческому учету, автор склоняется к его трактовке как самостоятельного вида учета, который представляет собой систему учетно-информационной поддержки управления предприятием, основанную на переработке и передаче информации о внешней и внутренней среде хозяйственной деятельности организации. Формирование такой системы обусловлено некоторым различием целей и задач бухгалтерского и управленческого учета, а также ограниченностью использования данных бухгалтерского учета в целях управления.

Такая, ограниченность связана с ретроспективным характером бухгалтерской информации, невозможностью ее использования для формирования стратегии организации, оценки альтернативных действий, а также формирования информации с разной степенью обобщения в зависимости от уровня управления и оценки нефинансовой информации об удовлетворенности клиентов и акционеров, эффективности персонала.

Исследованы концептуальные подходы к определению сущности и содержанию системы управленческого учета; определена роль системы управленческого учета в управлении АТП и обоснована необходимость ее формирования; классифицированы факторы, влияющие на построение системы управленческого учета; рассмотрены технологические и организационные особенности АТП, определяющие формирование учетной информации о доходах и затратах в системе управленческого учета; предложена схема разделения производственного процесса доставки грузов на центры ответственности.

В результате проведенного исследования технологических и организационных особенностей АТП выявлено, что производственный процесс по перемещению грузов следует подразделить на три самостоятельных подпроцесса: управление АТП, обслуживание транспортных средств и собственно транспортировка грузов. Производственный процесс АТП характеризуется отсутствием незавершенного производства и наличием ограниченных запасов материальных ценностей. Эти особенности транспортного процесса определяют специфику формирования учетно-аналитической информации в системе управленческого учета.

С целью выделения объектов учета затрат производственный процесс доставки грузов автомобильным транспортом целесообразно подразделить на виды деятельности, выделить им возможные центры затрат.

Согласно принципу группировки производственных затрат на основе однородности выполняемых функций, на АТП необходимо использовать специфический целевой метод учета затрат и калькуляции перевозок в сочетании с нормативным методом, а информацию о затратах формировать в системе управленческого учета в разрезе центров затрат на соответствующих субсчетах к счетам затрат.

Построенная учетно-аналитическая модель интегрирования финансовых и нефинансовых показателей предприятия автотранспортных услуг в рамках управленческого учета на примере одного из исследуемых АТП позволила существенно оптимизировать процесс управления в современных условиях. Ориентированная на комплексное воздействие со стороны производственных и управленческих подразделений АТП на управляемый объект, она дала возможность создания полной информационной модели относительно конкретного объекта управления.

УДК 69..658.589 (477.62)

М.Ф.Іванов, к.т. н., доцент, Донбаська національна академія будівництва і архітектури, Макіївка

Г.М.Шевчук, аспірант, Донбаська національна академія будівництва і архітектури, Макіївка

ЕНЕРГОЕФЕКТИВНІСТЬ ЯК ОСНОВНИЙ ТРЕНД В УПРАВЛІННІ ІННОВАЦІЙНИМ ПОТЕНЦІАЛОМ БУДІВЕЛЬНОЇ ГАЛУЗІ ДОНЕЦЬКОГО РЕГІОНУ.

Наприкінці ХХ - початку ХХІ століття перед керівництвом, науковою спільнотою та менеджментом різних країн світу гостро постала проблема нестачі сировини потрібної для вироблення будівельних матеріалів та енергоресурсів що використовуються для експлуатації будівель, зведених за

традиційними технологіями, що спонукало людство до збільшення інноваційної діяльності у напрямку енергоефективності сучасних матеріалів та будівель [6].

Великі групи вчених та виробників які об'єднані в різноманітні асоціації, кластери та ін., працюють над розвитком інноваційного потенціалу у напрямку енергоефективності будівельної галузі. Серед них можна зазначити такі прізвища: Дацій О.І. [4], Гінзбург М.Д. [6], Гаман М.В. [1].

Розглянути та визначити питому вагу, обсяг розробок, досліджень у напрямку підвищення енергоефективності на формування та розвиток інноваційного потенціалу будівельної галузі Донецького регіону.

Реалії сьогодення говорять нам що промисловість (у тому числі і будівельна галузь) Донецького регіону є енергоефективною лише на 53 відсотки та посідає 17 місце в цілому по Україні, хоча у той же час має потенціал енергозаощадження у 2186,8 млн. євро, поступаючись лише Дніпропетровському регіону [7]. враховуючи наведені факти важко переоцінити питому вагу та обсяг питань інновацій з енергоефективності у формуванні інноваційного потенціалу не тільки будівельної галузі Донецького регіону, а й концепції розвитку регіону в цілому. За даними International Finance Corporation, енергоємність \$1 ВВП в Україні приблизно вдвічі вища, ніж у середньому у світі й утричі – ніж у країнах ЄС. Українські товари та технології програють конкурентам за вартістю, що в умовах відкритого ринку загрожує економіці країни. Саме тому стратегічним завданням у формуванні інноваційного потенціалу будівельної галузі є не тільки підвищення енергоефективності матеріалів та технологій, а й просування ідеї енергоефективності як у бізнес-середовищі, так і на побутовому рівні [8].

Але незважаючи на велику важливість розглядаємого нами питання, наявність цілої низки законів, програм та постанов уряду країни, створення Державного агентства з енергоефективності та енергозбереження, заяви про те, що в Україні на сьогодні в основному склалися необхідні передумови для переходу на інноваційну модель економічного розвитку у сфері енергоефективності будівельної галузі України, видаються надто оптимістичними [3]. За умов недосконалості ринкового механізму ціноутворення, фондового, товарного, кредитного, грошового, валютного ринків та ринку цінних паперів поки що не можна говорити про наявність автономних ринкових стимулів для формування та розвитку інноваційного потенціалу будівельної галузі як в цілому по Україні так і у Донецькому регіоні. Тим часом перманентний дефіцит фінансових ресурсів перешкоджає цілеспрямованим діям держави в інноваційній сфері [2]. Зазначені обставини та факти повинні всебічно та цілеспрямовано спонукати бізнес кола та наукову спільноту Донецького регіону у наполегливій роботі по створенню та розвитку інноваційного потенціалу будівельної галузі регіону на засадах максимальної енергоефективності - енергозаощадливості матеріалів та технологій, як запоруки їх високої конкурентоспроможності як на внутрішньому регіональному ринку будівництва, так і в загальному по Україні та навіть у світі.

Враховуючи вищенаведене, користуючись досвідом розвинутих країн ми можемо зробити наступні висновки, роботи по знаходженню нових шляхів підвищення енергоефективності виготовлення матеріалів та розробки енергоефективних технологій будівництва відіграють дуже важливу та одну з пріоритетних ролей у формуванні інноваційного потенціалу будівельної галузі Донецького регіону, являючись запорукою її зростання та посилення її конкурентоспроможності на внутрішньому та зовнішньому ринках.

Література. 1. Гаман М.В. Державне управління інноваціями: Україна та зарубіжний досвід / М.В. Гаман. – К.: Вікторія, 2004. – 312 с. 2. Голиков А.П. Стратегія регіонального розвитку: європейський контекст: моногр. / А.П. Голиков, Н.А. Казакова. – Х. : Екограф, 2008. – 180 с. 3. Данилишин Б.М. Регулювання розвитку інноваційного потенціалу в економіці: Монографія./ Б.М. Данилишин, М.Х. Корецький, О.І. Дацій. – Ніжин: ТОВ „Видавництво „Аспект-Поліграф”, 2007. – 220 с. 4. Дацій О.І. Інноваційні моделі забезпечення економічної безпеки держави / О.І. Дацій // Інвестиції: практика та досвід . – 2008. - № 19. – С.5-8. 5. Долішній М. Моделі державного управління в ринковій економіці / М. Долішній, М. Козоріз // Економіка України. – 1999. - №10. – С. 15-17. 6. Гінзбург М. Д. Що таке енергоефективність? // Ринок інсталяцій, 2008. - № 5. - С 54 - 56. 7. Сайт рейтингу енергоефективності та енергозбереження України - <http://www.energy-index.com.ua/uk/additional/foreign-experience/> 8.Офіційний сайт групи СКМ - http://www.scm.com.ua/uk/sustainability/scm_social_projects/energy-efficiency/ 9.Сайт Державного агентства з енергоефективності та енергозбереження - <http://saee.gov.ua/press-centr-2>

УДК

О. А. Стецуріна, студентка, НТУ „ХПІ”, Харків

ВПЛИВ ВВЕДЕННЯ НОВОГО ПОДАТКОВОГО КОДЕКСУ НА ІНВЕСТИЦІЙНО-БУДІВЕЛЬНОГО ДОГОВОРУ

Кардинальні зміни, що відбулися останнім часом в економіці держави зумовили широку законодавчу діяльність держави щодо закріплення правил, здатних найбільш ефективно контролювати відносили у сфері будівництва. Тепер сторони вправі самостійно вибирати умови договору, конкретизувати і змінювати їх на свій розсуд; розширилося число учасників відносин інвестиційного-будівельного договору, якими можуть бути як юридичні, так і фізичні особи; норми про інвестиційно-будівельний договір більш конкретизовані і доповнені в порівнянні з раніше діючим законодавством. Актуальність вирішення правових проблем інвестиційно-будівельного договору визначається ще й тим, що ступінь їх наукової розробленості незначна. Наукові дослідження, в яких комплексно і всебічно досліджувалася б розглянута проблематика з урахуванням сучасного законодавства і практики його застосування, нечисленні.

В рамках даного матеріалу не станемо розглядати питання можливості чи неможливості використання інвестиційних договорів у будівництві житла, не станемо копатися в його зв'язках зі сферою фінансових послуг і обійдемося без тисячі першого варіанту аналізу ст.4 Закону № 1560. Скажімо так: і «за», і «проти» застосування інвестиційних договорів можна знайти масу аргументів, у тому числі й заснованих на судовій практиці. Наша сьогоднішня задача - спробувати перевести добре знайомий багатьом податковий облік операцій з інвестиційним договором на «рейки» ПКУ. Відразу уточнимо, що під терміном «інвестдоговір» розглянемо всі можливі варіанти договірних відносин, які передбачають зобов'язання забудовника побудувати (створити) об'єкт інвестування (об'єкт будівництва) та передати його інвестору для оформлення останнім права власності на об'єкт нерухомості. Зобов'язанням інвестора при цьому є сплата обумовленої договором ціни і прийом об'єкта інвестування. І як би не називався такий договір (договором дольової участі, договором співпраці, договором на будівництво і т.д.), суть його незмінна - інвестування в майбутню нерухомість

Спиратися будемо на знаменитий лист ДПАУ від 11.04.2005 р. № 156/2/15-1110, яке пропонувало два варіанти податкового обліку операцій в рамках інвестиційного договору [1]:

- за правилами, передбаченими для боргових зобов'язань, які формувалися у забудовника при отриманні грошових коштів від інвесторів (пайовиків) і погашалися при передачі інвестору об'єкта інвестування;
- за загальними правилами, передбаченими для продажу робіт (послуг), враховуючи, що інвестдоговір передбачає виконання забудовником всього комплексу робіт для подальшого виникнення права власності на нерухомість в інвестора.

Парадокс «докодексного» оподаткування операцій в рамках інвестиційного договору полягав у можливості паралельного застосування обох варіантів обліку (див. лист Комітету ВРУ з питань фінансів і банківської діяльності від 27.04.2005 р. № 06-10/10-5032) [2].

Перший варіант обліку, незважаючи на всю його привабливість в умовах дії правила «першої події», містив одну серйозну «діру». На думку податківців, валовий дохід забудовника формувався у вигляді різниці між сумою грошових коштів, отриманих від інвесторів, і фактичними витратами на виконання доручення інвестора. Очевидно, що визначити таку різницю, а значить, і визнати валовий дохід можна було тільки на етапі передачі об'єкта інвесторів. На жаль, знайти законодавче обґрунтування такого підходу було досить складно. Ці складності залишаються і зараз. Якщо розглядати інвестиційний договір як якусь різновид посередництва, слід розмежовувати власне собівартість об'єкта інвестування і прибуток забудовника як якесь посередницьке винагороду. А для цього необхідна наявність таких умов в договорі і відповідне складання первинних документів. Не складно припустити, що така договірна конструкція не буде життєздатною.

Формування собівартості об'єкта майбутньої нерухомості відбувається в загальному порядку, передбаченому Кодексом для витрат операційної діяльності. Такі витрати будуть визнані витратами тільки в тому звітному періоді, коли будуть відображені доходи від реалізації об'єктів нерухомості (п.138.4 ст.138 ПКУ)

Як варіант, складання первинного документа про «поетапності задачі» може бути прив'язане до графіка фінансування за інвестиційним договором (наприклад, акт (довідка) про фактично проведених обсягах інвестування, який буде підтверджувати, що обсяг фактичних інвестицій в розмірі 10% дає право інвестору на отримання 10% прав на об'єкт інвестування).

Слід зазначити, що попередній договір купівлі-продажу нерухомості - дуже зручний інструмент, що дозволяє «обійти» забороняють норми ст.4 Закону № 1560 для сфери житлового будівництва. А після вступу в силу розділу III ПКУ даний договір виводить нас на дуже позитивні податкові наслідки навіть без застосування будь-яких додаткових оптимізаційних процедур.

11 ФОРМУВАННЯ ЗАГАЛЬНОЇ ІННОВАЦІЙНОЇ КУЛЬТУРИ ТА КРЕАТИВНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ

УДК 34:004

А.К.Жамсатов, Начальник управления, Управление Делами Президента Республики Казахстан, Астана

АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ РАЗВИТИЯ ИНФОРМАЦИОННОГО ПРАВА И ОБЩЕСТВА

Индустрия информационных технологий одна из наиболее динамично развивающихся отраслей в мире. Своим ростом отрасль обязана расширению общего проникновения ИТ-технологий в бизнес-процессы организаций, механизмы государственного управления и повседневную жизнь людей, создавая потребность в необходимости динамичного развития информационного общества.

27 марта 2006 года Генеральная Ассамблея ООН приняла резолюцию под номером A/RES/60/252, которая провозглашает 17 мая Международным днем информационного общества (ныне «Всемирный день электросвязи и информационного общества»).

Совокупность правовых норм, регулирующих общественные отношения в информационной сфере, связанных с оборотом информации, формированием и использованием информационных ресурсов, созданием и функционированием информационных систем в целях обеспечения безопасного удовлетворения

информационных потребностей граждан, их организаций, государства и общества – определено как информационное право.

Информационное право - это формирующаяся отрасль нового тысячелетия, и именно поэтому в настоящее время необходимо акцентировать свое внимание на формирующейся отрасли и предопределить критерии ее развития.

Определенное внимание заслуживает государственная поддержка развития отрасли информационного права в Республике Казахстан.

Существующие проблемы в правовом обеспечении информационной сферы создают серьезную угрозу информационной безопасности любого государства, что соответственно требует принятия мер по упорядочиванию, систематизации, кодификации действующего законодательства, а также международных норм.

Конечным результатом систематизации информационного законодательства, на наш взгляд будет: многогранное содействие внедрению инноваций, повсеместное внедрение информационных технологий, успешная реализация модернизации государственной деятельности, эффективная целенаправленная модернизация государственной службы, достижение высокого уровня, профессионально-качественного оказания государственных услуг, повышение и увеличение уровня информационной культуры среди граждан.

Информационному праву уже на протяжении несколько лет придается международный характер, что, в свою очередь, требует концептуального подхода в развитии международного информационного права.

Следует отметить, о важности принятия государствами - участниками Содружества Независимых Государств Межгосударственной программы инновационного сотрудничества на период до 2020 года.

23 сентября 2011 года на заседании Экономического совета СНГ в Алматы итоговый проект Программы был одобрен шестью странами-участницами, а 18 октября 2011 года Межгоспрограмма была единогласно принята на 58-м заседании Совета глав правительств СНГ в Санкт-Петербурге. Решение о ее утверждении было подписано всеми странами-участницами ее разработки – Арменией, Белоруссией, Казахстаном, Кыргызстаном, Молдовой, Российской Федерацией, Таджикистаном, Украиной. Принятие Программы открыло путь к началу ее реализации с 2012 года.

В настоящее время активными участниками Программы являются восемь государств-участников СНГ – Армения, Беларусь, Казахстан, Кыргызстан, Молдова, Россия, Таджикистан, Украина.

В условиях социально-экономической модернизации, в том числе инновационного развития, повсеместного внедрения и использования информационных технологий, для достижения высокой информационной культуры в обществе, вопросу развития информационного права должно быть уделено первостепенное, стратегическое внимание, а именно:

- оперативного проведения систематизации законодательства;

- использованием государством действенных механизмов для придания информационному праву особого статуса, как отрасли права и науки (в том числе, внедрение как дисциплины на всех ступенях образования);

- принятие необходимых мер для концептуального изучения международного информационного права.

- активное сотрудничество и взаимодействие с международными организациями, призванными для создания информационного и инновационного общества.

Выполнение перечисленных основных мероприятий, на наш взгляд, безусловно, сформирует и повысит уровень инновационной культуры общества, позволит достигнуть положительных результатов и эффективности в государственной деятельности, оказанию качественных государственных услуг, поспособствует выявлению проблем и путей их решения, повысит конкурентоспособность экономики, социальную ответственность бизнеса, соответственно, рациональному использованию человеческих ресурсов и знаний, а также ускорит интеграционные процессы для осуществления согласованной межгосударственной экономики и политики.

12 СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ МЕНЕДЖМЕНТ-БІЗНЕС ОСВІТИ ТА УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ

377.36:33

Е. В. Васильева, преподаватель, ХГАК, Харьков

ФОРМИРОВАНИЕ РЫНКА БИЗНЕС - ОБРАЗОВАНИЯ В УКРАИНЕ: МИРОВЫЕ ТЕНЕДЕНЦИИ И НАЦИОНАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ

Вследствие растущего спроса на бизнес-образование во всем мире увеличивается его предложение на рынке: появляются все новые и новые бизнес-школы. Исторически бизнес-образование концентрировалось и интенсивно развивалось в США. Согласно ежегодному рейтингу Financial Times ТОП-100 бизнес - школ число американских бизнес - школ по-прежнему является преобладающим. Их лидерские позиции на мировом рынке, по мнению экспертов, в ближайшие годы лишь усилятся.

Несмотря на более низкую конкурентоспособность европейских школ на мировом рынке бизнес - образования, университеты Великобритании, Франции, Испании, Швейцарии, Нидерландов, которые еще до недавнего времени придерживались консервативных взглядов на бизнес-образование, пересматривают собственные стратегии, и их бизнес - школы составляют

сегодня здоровую конкуренцию относительно привлечения, как лучших преподавателей, так и лучших студентов.

Рынок бизнес – образования становится конкурентным в глобальном контексте. Для большинства передовых программ МБА битва за лучших студентов развернулась практически во всех странах мира. Важнейшими факторами, способствующими этому процессу, являются, во-первых, подписание Болонской конвенции о введении единого стандарта бакалаврского образования, который является хорошим фундаментом для программ МБА, во-вторых, современная мобильность населения, дающая возможность для школы получить наилучших студентов независимо от того, где они проживают.

Если в США система бизнес – образования традиционно финансируется компаниями, то во многих европейских странах она активно поддерживается государством. Предоставляя финансирование, правительства в свою очередь, диктуют требования к абитуриентам, содержанию программ и определяют стандарты тех знаний, которыми должен обладать выпускник. В Украине бизнес – образование максимально адаптировано к потребностям клиента, который в большинстве случаев является единственным источником доходов бизнес – школ.

Одним из базовых критериев классификации бизнес – школ является преимущественная ориентация их деятельности: проведение фундаментальных научных исследований в области бизнеса или приоритет прикладных проблем, возникающих в реальных компаниях. Так, например, азиатские бизнес – школы ориентированы на проведение фундаментальных исследований для транснациональных компаний, таких как LG, Toshiba, Samsung. Бизнес - школы Украины ориентируются на потребности реального бизнеса в реальных условиях, однако часто ожидания слушателей не оправдываются в связи с высокой стоимостью обучения, отсутствием эффективной системы подбора слушателей и недостаточным количеством преподавателей-практиков.

Основные изменения на рынке бизнес – образования определяются в первую очередь двумя преобладающими тенденциями. Будет происходить дальнейшее существенное смещение бизнес - школ от государственной к частной форме собственности. Школы будут поддерживаться именно бизнесом, который и определяет необходимость бизнес-образования. Увеличится количество партнерских организаций с бизнесом: через создание ассоциаций не только между бизнес-школами, но и между бизнес-школами и компаниями. Произойдут существенные изменения в форматах обучения в бизнес – школах. Современные методы и формы обучения будут еще более разнообразными. Бизнес – школы существенно расширят набор предлагаемых услуг, речь идет о программах разной продолжительности, разных направлений и адаптированных отдельно для конкретных компаний. Изменится так же и продолжительность программ МБА. Сегодня программа имеет четко заверченный процесс обучения. Произойдет переход к блочному формату. Знания будут предоставляться слушателям не сразу, а по мере необходимости в

новых знаниях, связанных, в первую очередь, с профессиональным ростом менеджера.

В основном украинские бизнес - школы предлагают программы без отрыва от производства. Сегодня в Украине наблюдается переход от стационарных программ МБА к форматам, максимально удобным для работающих людей. Наиболее приемлемы вечерняя и модульная формы обучения.

Сейчас активно разрабатываются непродолжительные сертификационные программы типа АССА (для бухгалтеров и специалистов по управленческому и финансовому учету), "около" МБА, mini-МБА, которые значительно ниже по стоимости и в основном ориентируются на определенную профессиональную деятельность. Удовлетворяя рыночные запросы, они отчасти противоречат традициям МБА, направленным на создание "универсальных управленцев". Возможно, постепенно именно эти продукты будут более востребованы на украинском рынке, чем классические программы МБА.

При помощи большого арсенала различных модификаций МБА бизнес - школы стараются удовлетворить спрос на бизнес-образование и со стороны мидл-менеджмента. Разработка программ корпоративного обучения «под заказ» - ещё один конёк украинских бизнес-школ. Его активно используют все операторы этого рынка.

Усиление конкуренции вынуждает украинские бизнес-школы создавать собственные стратегии привлечения лучших преподавателей, являющихся авторитетными экспертами в своей сфере и авторами научных исследований, знающих проблемы реального бизнеса в Украине, а значит имеющих собственный опыт работы в бизнесе, или консалтинг, которым они занимаются параллельно с преподаванием в бизнес-школе. Отдельные лекции читаются известными бизнесменами, которые делятся со слушателями своим опытом. Приглашаются также известные зарубежные business thinkers с лекциями или короткими курсами, чтобы слушатели были в курсе новейших трендов международного бизнеса.

УДК 338.518

Н.В. Городничук, аспирант, ДонНТУ, Донецк

ПУТИ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ УЧЕТА И АНАЛИЗА ЗАТРАТ НА ОБЕСПЕЧЕНИЕ КАЧЕСТВА

При жесткой конкуренции на украинском и международном рынках, решающее влияние на сбыт продукции и услуг, наряду с ценой и сроками поставки, оказывает качество продукции.

Повышение качества, наряду с эффективным сокращением потерь от брака, оказывает влияние на увеличение прибыли, а, следовательно, на обеспечение перспектив развития предприятия и персонала. Известный

американский ученый в области менеджмента Питер Друкер говорил, что: «Главная задача бизнеса – это выживание, а главный принцип деловой экономики – не получение максимальной прибыли, а предотвращение потерь» [2]. Поэтому оперативное выполнение программ качества может достаточно быстро способствовать улучшению экономических показателей предприятия.

Анализ исследований, посвященных данной проблеме, проводится уже на протяжении многих лет. В них в той или иной степени рассматриваются вопросы учета затрат на качество, определения статей расходов, пути предотвращения потерь от брака [1; 2; 3; 4]. Концепция модели затрат на качество исторически складывалась таким образом, что конкретные показатели затрат организации определенным образом увязывались с качеством конечной продукции.

Учет и управление затратами, связанными с качеством, имеет своей целью снижение этих затрат или же целевое управление ими без ухудшения необходимого уровня качества продукции.

Таким образом, надо пытаться выстраивать систему сбора информации о деятельности предприятия, которая отразит все ее процессы и реальные потери, позволит найти объекты совершенствования, ранжировать их с точки зрения вклада в себестоимость и добавления ценности заинтересованным сторонам, выявить слабые места и оценить возможные потери, которые проявятся при ухудшении условий функционирования. Иначе говоря, необходимо создать систему сбора данных, которая позволит перейти от учета затрат к управлению затратами. Однако эти вопросы пока не получили достаточного освещения ни в теоретических исследованиях, ни в практических рекомендациях украинских специалистов.

Для анализа затрат, связанных с качеством, необходимо составить отчет в виде таблицы. Эту форму таблицы с собранными данными о затратах предоставляют в отдел качества для использования [1; 2].

Обобщенные результаты затрат на качество на одном из металлургических предприятий Донбасса представлены в таблице 1.

Таблица 1– Затраты на качество на одном из металлургических предприятий Донбасса

Категория затрат на качество	год		
	2009	2010	2011
Затраты на предупреждение, тыс. грн	54993907	47941252	71690729
Затраты на контроль, тыс. грн	9953334	7089968	7265102
Затраты на дефекты, тыс. грн	7708880	10723479	7808777
Итого, тыс. грн	72656121	65754699	86764608

Для последующего анализа необходимо построить графики затрат на качество (рис. 1).

Анализируя данные о затратах на качество на данном предприятии можно сделать следующие выводы:

Суммарные затраты на качество возрастают за счет увеличения затрат на проведение предупредительных мероприятий. Затраты на предупреждение в 2011 г. резко возросли, по сравнению с 2010 г., тем самым, снижая затраты на дефекты, следовательно, можно сделать вывод о позитивном влиянии предупредительных мероприятий на качество производимой продукции данного предприятия.

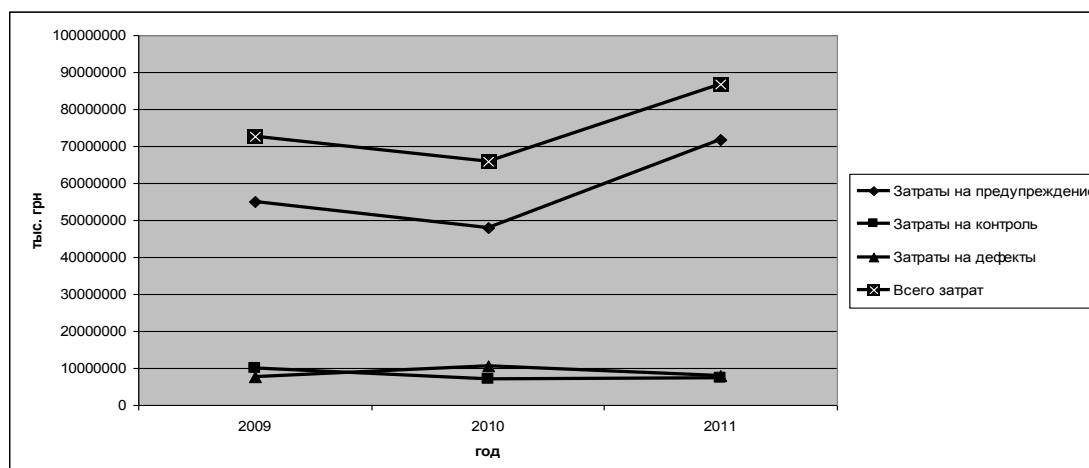


Рисунок 1- Графики затрат на качество на одном из металлургических предприятий Донбасса

Таким образом, можно сделать вывод о том, что на данном предприятии система учета затрат на качество не отражает действительного положения. Большинство затрат, связанных с качеством, остаются скрытыми или спрятанными в других затратах, что не позволяет выделить их для проведения анализа. Элементы затрат на качество учитываются в различных подразделениях и в разных отчетах.

Список литературы: 1. Joseph M. Juran, A.B. Godfrey. Juran's Quality Handbook : McGraw-Hill, 1999. – 173 с. 2. Кампанелла Дж. Экономика качества. Основные принципы и их применение: Пер. с англ. А.Л.Раскина. – М.: РИА «Стандарты и качество», 2005. – 208 с. 3. Управление затратами на качество продукции: отечественный и зарубежный опыт: монография / Т.Н.Харламова, Б.И. Герасимов, Н.В. Злобина ; под науч. ред. д-ра экон. наук, проф. Б.И. Герасимова. – Тамбов : Изд-во Тамб. гос. техн. ун-та, 2006. – 108 с. 4.Шоттмиллер Дж. Затраты на качество стимулируют процессы непрерывного совершенствования // Методы менеджмента качества. – 2003. - № 2. – С. 4 – 9.

М.М.Кучер, к.е.н., доцент, Дніпродзержинський державний технічний університет, Дніпродзержинськ

СИНЕРГЕТИЧНИЙ ПІДХІД ДО МЕТОДОЛОГІЧНИХ ПРОБЛЕМ АКАДЕМІЧНОЇ ПІДГОТОВКИ МЕНЕДЖЕРІВ

Результати опрацювання науково-методичної літератури з питань академічної підготовки професійних менеджерів, яка здійснюється у 234-х вищих навчальних закладах України, та вивчення думок і нарікань з боку практиків в питанні компетентності випускників вищих навчальних закладів (ВНЗ) даного напрямку дозволили зробити висновок про розходження інтересів теоретичного прогресу менеджменту та вимог практики управління.

Дійсно, досить часто молоді спеціалісти не здатні ефективно виконувати свої професійні обов'язки. Однак, на нашу думку, це не є провиною самого фахівця, а є слідством наявних методологічних проблем його підготовки в освітніх закладах.

Усі ці методологічні проблеми за своєю природою умовно можна поділити на ті, що мають об'єктивну (соціально-філософську) основу, тобто викликані невідповідністю усієї системи освіти сучасним вимогам освітнянських реалій, і ті, що мають суб'єктивну основу, тобто пов'язані з недосконалістю методичної і педагогічної діяльності в сфері підготовки менеджерів. Такий поділ проблем дозволяє більш обґрунтовано підходити до розробки заходів для подальшого їх вирішення.

Метою даного дослідження є розгляд методологічних проблем, які мають об'єктивну основу, що є більш значущими для формування компетенції менеджерів.

Як відомо, менеджмент – це синтез знань та мистецтва. Теоретичні знання, вміння і навички, які формують професійні якості майбутнього менеджера, надає управлінська освіта; можливості академічної освіти щодо набуття майстерності, яка вимагає особистих і ділових здібностей, часу та широкого світогляду, часто є обмеженими.

Основною методологічною проблемою управлінської освіти, що має об'єктивну основу, стає сучасна практика надання освітніх послуг шляхом простої трансляції професійних знань, а не формування вміння постійно поповнювати і добудовувати власну особисту систему компетенцій. Це не сприяє розвитку креативних здібностей, а, отже, не відпрацьовується мистецтво управління. Слідством цього є нарікання практиків на те, що випускники ВНЗ є теоретиками, що надають примитивні схеми, заключення "фольклорного характеру", якісь "напівістини" [Колкін 2007], пропозиції типу "перелити старе вино в нову бочку" [Ортенблад 2007], "управління в розових окулярах" [Кейнингхем, Вавра, Аскої 2006] тощо.

Наука - ідеал освіти. Враховуючи, що сьогодні вона являє собою більш динамічну систему, аніж освіта, єдиним шляхом підготовки сучасних фахівців з менеджменту стає така побудова процесу навчання, яка сприяла б більш «професійній мобільності».

В сучасних умовах мінливого соціально-економічного простору, прискорення процесів розвитку, глобалізації, інформатизації, інтеграційності, виникнення значної кількості нелінійних управлінських проблем та ін., зайва професіолізація (понадспеціалізація) підготовки менеджерів призводить до застарівання отриманих професійних знань, до втрати ними своєї актуальності. Так, дослідження свідчать, що на сучасному етапі розвитку суспільства знання застарівають вже впродовж 3–5 років, тобто за час навчання студента у ВНЗ кількість знань у світі подвоюється. Тому сьогодні система менеджмент-освіти і система підвищення кваліфікації, яка прийшла їй на допомогу, охоплені гонкою оновлення знань, щоб задовольнити соціальне замовлення на підготовку кваліфікованих кадрів. Однак, попри всі героїчні зусилля викладачів, майже практично не можливо знаходитися в стані постійного оновлення знань без відставання від постійних змін в науці. У зв'язку з цим, як відмічається у сучасній літературі з питань освіти і підтверджується галузевими стандартами підготовки менеджерів, діловий мир виступає проти зайвої професіолізації в підготовці фахівців і потребує підсилення уваги до формування загальної професійної культури, яка, в свою чергу, залежить від рівня загальної культури та культури управлінського мислення. Таким чином, стає безсумнівною необхідність зміни парадигми освіти – від "освіти на все життя" до "освіти через все життя".

Метою сучасної академічної підготовки менеджерів повинно стати формування «добре побудованої голови», а не «голови, наповненої багаточисельними знаннями» (Едгар Моран, 1999). Добре організовані і зв'язані у цілісну систему знання у «добре побудованій голові» дозволять більш оптимально вирішувати нелінійні управлінські проблеми і надавати знанням сутності. Таку систему знань можна отримати лише застосовуючи синергетичний підхід, в основу якого покладені синергетичні ідеї професора Штуттгартського університету Германа Хакена щодо самоорганізації складних систем.

Синергетичний підхід до вирішення проблем управлінської освіти дозволяє об'єднувати між собою різні за блоками і за змістом учбові дисципліни при підготовці менеджерів на основі пошуку та вивчення в кожній з них тих розділів, які стосуються процесів управління. Методологія цього підходу полягає в тому, щоб процес підготовки менеджера як цілісну систему засвоєння студентами знань, умінь і навичок майбутньої професійної діяльності фахівця кумулятивним методом, починаючи вже з першого курсу. Крім того, даний підхід дозволяє здійснювати міждисциплінарну комунікацію, діалог фахівців різних сфер, у процесі якого можуть з'явитися нові ідеї і гіпотези загального порядку, що взмозі надати неочікуваний імпульс для досліджень у зовсім іншій дисциплінарній області. При цьому підході знання не змішуються

з інформацією, а їх місце займають методи мислення, розуміння. «Шляхом переходу від школи пам'яті до інституту, в якому людину навчають працювати з власним мисленням», передбачається вийти з глухого кута науково-орієнтованої професійної управлінської освіти.

Національний технічний університет
«Харківський політехнічний інститут»

Наукове видання

ЗБІРНИК МАТЕРІАЛІВ

IV Міжнародна науково-практична конференція: «СТРАТЕГІЯ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ЕКОНОМІКИ: БІЗНЕС, НАУКА, ОСВІТА»

11 - 14 КВІТНЯ 2012 р.
НТУ «ХПІ», м. Харків

Редактори:
Перерва Петро Григорович
Матросов Олександр Дмитрович
Савченко Ольга Ігоревна

Відповідальні секретарі: Нестеренко Р.О., Косенко А.В.

Оформлення оригінал-макету: Круглов О..А.

Підписано до друку 16.04.12. Формат 60 X 84/16
Папір офсетний. Друк офсетний.
Ум.друк.л.6,92 Уч.-ізд.л.9,89
Тираж 300

Надруковано в типографії ФОП Сегаль І.М.
м. Харків, пл. Руднєва, 4
тел. 732-95-99